Ganesha Journal of Community Economic Empowerment
Volume 1, Nomor 2, Juli 2026, hal. 92 - 104
ISSN : 3125-0513 (elektronik)

Kewirausahaan Berbasis *Experiential Learning* untuk Meningkatkan Pemahaman Bisnis dan Digital Marketing Siswa SMK Texar Karawang

Melisa Dwi Kusumaningtyas[1], Halim Tjiwidjaja[2], Aditya Ryan Algifari[3], Bondan Indriati Supar[4], Dewi Mulyati[5], Ram Syamsul Yulias[6]

[1,2,3,4,5,6] Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Jakarta, Indonesia

Penulis korespondensi : Melisa Diwi Kusumaningtyas
E-mail :

Diterima: 26 April 2026| Direvisi: 5 Mei 2026| Disetujui: 10 Juli 2026

Abstrak
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan upaya untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK Texar Karawang tentang bisnis dan pemasaran digital melalui paradigma pembelajaran berbasis pengalaman. Permasalahan mitra meliputi kurangnya sistem evaluasi dampak, kurangnya pemahaman siswa tentang analisis operasi bisnis dan strategi pemasaran digital, serta kurangnya keterampilan praktis dalam mempelajari bisnis. Persiapan, pelaksanaan (pelatihan intensif satu hari yang meliputi pre-test, materi bisnis, simulasi bisnis, lokakarya pemasaran digital, pembuatan konten video, dan post-test), dan evaluasi merupakan tiga tahapan metode ini. Dua puluh tiga (23) siswa dari SMK Texar Karawang menjadi mitra sasaran kegiatan ini. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, dengan rata-rata skor pre-test 60,2 naik menjadi 82,6 pada post-test (peningkatan 37,2%; N-Gain sebesar 0,56, kategori sedang), dan seluruh peserta berhasil menghasilkan video promosi bisnis sederhana. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan waktu praktik dan variasi pemahaman awal siswa, namun hal tersebut dapat diminimalkan melalui pendampingan yang intensif. Secara umum, pendampingan berbasis pengalaman terbukti efektif menumbuhkan aspirasi berwirausaha siswa. Model ini disarankan untuk diterapkan secara bertahap dan dikembangkan dalam jangka waktu yang lebih panjang.
.

Kata kunci: Pendampingan kewirausahaan; Experiential learning; Digital marketing; SMK; Entrepreneurial intention

Abstract
The purpose of this Community Service (PKM) activity is to improve the understanding of SMK Texar Karawang students about business and digital marketing through an experiential learning paradigm. Partners' problems include the lack of an impact evaluation system, students' lack of understanding of business operations analysis and digital marketing strategies, and a lack of practical skills in learning business. Preparation, implementation (a one-day intensive training that includes a pre-test, business materials, a business simulation, a digital marketing workshop, video content creation, and a post-test), and evaluation are the three stages of this method. Twenty-three (23) students from SMK Texar Karawang served as the target partners of this activity. The results revealed a significant improvement in student understanding, with the average score rising from 60.2 in the pre-test to 82.6 in the post-test (a 37.2% increase; N-Gain of 0.56, medium category), and all participants managed to produce simple promotional business videos. The main obstacles encountered were limited practice time and variation in students' initial understanding, although these could be minimized through intensive mentoring. Overall, experience-based mentoring proved effective in fostering students' entrepreneurial aspirations. This model is recommended for gradual implementation and further development over a longer period.

Keywords: Entrepreneurship mentoring; Experiential learning; Digital marketing; Vocational school; Entrepreneurial intention

PENDAHULUAN

Perjalanan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Indonesia mengacu pada kurikulum yang selalu mengajarkan kepada siswa bagaimana menjadi pekerja terampil dan bagaimana memulai usaha sendiri. Tujuan Kebijakan Pendidikan Vokasi Nasional adalah agar lulusan SMK mendapatkan pekerjaan baru, bukan hanya mengisi yang lama (Direktorat SMK, 2020). Tetapi Badan Pusat Statistik mengatakan bahwa lulusan sekolah kejuruan memiliki tingkat pengangguran terbuka tertinggi di semua tingkat pendidikan. Hal ini menggambarkan adanya kesenjangan antara rancangan kurikulum kewirausahaan dengan pengaruh aktualnya terhadap niat kewirausahaan siswa (BPS, 2023).

Kewirausahaan memiliki peran krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di era globalisasi dan persaingan ketat di dunia kerja, keterampilan berwirausaha menjadi kemampuan yang sangat penting bagi generasi muda. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai institusi pendidikan vokasional berperan besar dalam membekali siswa agar tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja melalui kegiatan kewirausahaan (Ramhayoga, 2025).

Sebagian besar kegiatan kewirausahaan di SMK masih berorientasi pada penyampaian materi, belum banyak yang mengkaji bagaimana konteks lokal, dukungan keluarga, akses modal, dan literasi digital. Salah satu pendekatan pembelajaran yang dinilai efektif dalam konteks pendidikan kewirausahaan adalah experiential learning atau pembelajaran berbasis pengalaman. Pendekatan ini berangkat dari premis bahwa pembelajaran yang bermakna terjadi ketika individu mengalami secara langsung proses, tantangan, dan dinamika yang berkaitan dengan objek belajar (Haryati & Makarim, 2025).

Model pembelajaran berbasis pengalaman dikembangkan dari suatu model pembelajaran berbasis masalah (PBM) yang merupakan bagian dari pembelajaran kontekstual. Pengalaman siswa yang dijadikan dasar pengamatan berupa fenomena yang sering dialami siswa dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman tersebut dijadikan bahan kajian dalam proses pembelajaran sehingga pembelajaran yang dilaksanakan bersifat kontekstual dan dekat dengan apa yang sering dialami siswa (Ridwan & Rizal, 2019).

Masalah umum dalam pendidikan kewirausahaan di dalam lembaga kejuruan adalah prevalensi pendekatan pedagogis teoretis dan searah, di mana siswa memperoleh konsep tanpa terlibat dalam partisipasi aktif, eksperimen, dan refleksi pada proses kewirausahaan. Teori pembelajaran eksperiensial Kolb (1984) menegaskan bahwa pengetahuan otentik berasal dari proses siklus yang melibatkan pengalaman konkret, pengamatan reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif. Kondisi ini tidak menguntungkan. Jika siklus ini tidak sepenuhnya terwujud dalam proses belajar bagaimana menjadi seorang wirausahawan, akan semakin sulit bagi siswa untuk mengembangkan niat berwirausaha yang kuat (Morris, 2020).

SMK Texar Karawang merupakan Sekolah Menengah Kejuruan yang berada di kawasan industri strategis Kabupaten Karawang. Tempat ini membuat ekosistem yang dapat membantu bisnis lokal yang bergantung pada sumber daya alam tumbuh. Tetapi pengamatan awal menunjukkan bahwa ada banyak masalah struktural dengan bagaimana pendidikan kewirausahaan diajarkan, misal adanya batasan pada model pembelajaran langsung, siswa tidak tahu cara menjalankan bisnis, pemasaran digital

tidak diajarkan di sekolah dan tidak ada cara untuk mengukur serta menilai keberhasilan program.

Artikel Pengabdian kepada Masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa metodologi pembelajaran berdasarkan pengalaman memiliki potensi yang cukup besar untuk meningkatkan efikasi diri kewirausahaan dan niat di kalangan siswa (Bernardus et al., 2020). Meskipun demikian, artikel Pengabdian kepada Masyarakat tertentu menunjukkan bahwa kemanjuran pendekatan ini bergantung pada konteks sosial, budaya, dan ekonomi peserta didik (Monllor et al., 2024). Kesenjangan dalam hasil ini menimbulkan pertanyaan, Apa yang menyebabkan dampak berbeda dari metodologi pembelajaran berdasarkan pengalaman pada kelompok pembelajar yang dicirikan oleh faktor kontekstual lokal yang berbeda ?.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman yang memberikan kesempatan kepada siswa untuk belajar dengan melakukan (Suharto, 2021). Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK Texar Karawang tentang bisnis dan pemasaran digital melalui pembelajaran berbasis pengalaman. Adapun hasil dari artikel Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah capaian dan sebagai role model dalam peningkatan kemajuan kontekstual pendidikan kewirausahaan di samping konsekuensi yang praktis bagi lembaga pendidikan dan stakeholder dalam membuat formulasi yang lebih efektif guna berkelanjutan program-program kewirausahaan.

METODE

Pada hari Sabtu, 4 April 2026, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung di SMK Texar Karawang, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ganesha Jakarta yang bertugas melaksanakan kegiatan ini berjarak 85,8 kilometer dari lokasi mitra. Tujuan dari kegiatan ini adalah mengajak 23 siswa aktif dari SMK Texar Karawang untuk bergabung. Kami sengaja memilih siswa-siswa ini karena mereka sangat terlibat dalam program bisnis sekolah.

Desain dan Pendekatan Kegiatan

Kolb (1984) mengatakan bahwa proses ini memiliki empat bagian: *concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization,* dan *active experimentation* (pengalaman konkret, pengamatan reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif). Format pelatihan intensif sehari penuh memiliki ceramah, studi kasus, kerja kelompok, dan praktik langsung. Kami memilih pendekatan ini karena menawarkan pengalaman praktis yang penting bagi siswa vokasi untuk mempersiapkan kewirausahaan (Rahmi, 2025).

Lokasi dan Peserta

Lokasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di SMK Texar Karawang, Jalan Raya Kosambi, Desa Duren 19/06, Kec.Klari, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Peserta kegiatan ini adalah siswa yang sedang duduk di kelas XI SMK yang sudah mendapatkan mata pelajaran Projek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK).

Tahap Pelaksanaan

a) Tahap Persiapan

Selama tahap persiapan, sekolah mitra bekerja sama untuk membuat modul pelatihan, alat evaluasi, dan membeli peralatan pelatihan. Mahasiswa Magister Manajemen dari

STIE Ganesha yang tergabung dalam tim pelaksana membagi pekerjaan berdasarkan keahlian masing-masing orang. Pekerjaan ini termasuk membuat rencana untuk acara, menulis laporan, menyiapkan peralatan, melacak biaya, dan membuat konten.

b) Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini berlangsung antara pukul 07.30 hingga 15.30 WIB, mengikuti jadwal yang telah direncanakan dengan matang. Acara dimulai dengan peserta mendaftar, kemudian ketua SMK Texar Karawang dan pembimbing lapangan berpidato. Sesi pembelajaran meliputi:

1) *pre-test* untuk mengetahui seberapa banyak peserta yang sudah mengetahui tentang kewirausahaan;
2) materi pengantar kewirausahaan berbasis pengalaman oleh praktisi;
3) pelatihan konsep kelayakan usaha beserta studi kasus nyata;
4) pelatihan digital marketing yang meliputi branding, pembuatan konten promosi, dan strategi media sosial; dan
5) pembuatan video konten promosi sebagai hasil nyata dari kegiatan tersebut.

c) Tahap Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan dengan melalui dua tes, tes pertama dilakukan sebelum mengikuti pelatihan dan tes kedua dilakukan setelah mengikuti pelatihan, masing-masing dengan 15 soal pilihan ganda tentang kewirausahaan, kelayakan bisnis, dan pemasaran digital. Rubrik terstruktur juga digunakan untuk memeriksa seberapa lengkap bagian-bagian dari rencana bisnis ketika rencana bisnis grup dievaluasi. Analisis deskriptif terhadap data evaluasi dilakukan untuk meningkatkan pemahaman sebelum dan sesudah intervensi.

Instrumen Evaluasi

Evaluasi kegiatan pendampingan ini menggunakan dua instrumen utama yang dikembangkan berdasarkan indikator keberhasilan program:

1. Tes Pengetahuan (Pre-test dan Post-test)

Instrumen ini berupa 15 soal pilihan ganda yang mencakup kompetensi :

- Konsep dasar kewirausahaan (5 soal)
- Strategi pemasaran digital: branding, konten, dan media sosial (10 soal)

Butir soal disusun berdasarkan kisi-kisi materi pelatihan dan ditelaah oleh dua praktisi di bidang kewirausahaan dan pemasaran digital (expert judgment) untuk menilai kesesuaian isi sebelum digunakan di lapangan. Skor maksimal = 100 (setiap soal bernilai 6,67).

Pre-test diberikan sebelum materi dimulai, post-test setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai.

2. Lembar Observasi Praktek Pemasaran Digital

Digunakan selama proses pembuatan konten video. Aspek yang diamati:

- Kemampuan mengoperasikan perangkat (ponsel/aplikasi editing)
- Memahami unsur promosi (judul, narasi, visual, CTA)
- Kreativitas pesan penyampaian
- Ketepatan waktu penyelesaian tugas

Keempat aspek pengamatan ini diturunkan dari indikator keberhasilan program (Tabel 1) dan disepakati bersama guru pendamping sebagai acuan penilaian yang relevan dengan konteks pelatihan. Skor dibagi menjadi empat kategori: Kurang (<40%), Cukup (40-59%), Baik (60-79%), dan Sangat Baik (≥80%).

Teknik Pengumpulan Data Kualitatif

Pada pengumpulan data kualitatif kami melakukan beberapa tahapan guna mendapatkan hasil yang optimal diantaranya adalah :

1) Observasi terhadap anggota tim pelaksana bersifat partisipatif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pengamat mencatat bagaimana siswa berinteraksi satu sama lain, bagaimana mereka berdiskusi, seberapa terlibat setiap peserta, dan masalah apa pun yang muncul selama sesi pelatihan. Untuk mengurangi bias rekonstruksi memori, catatan lapangan ditulis tepat setelah setiap sesi berakhir.
2) Pada akhir sesi kegiatan diadakan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan 8 siswa yang dipilih secara purposif dari berbagai jenjang pemahaman dan keahlian program. FGD diarahkan oleh panduan tanya Jawab semi terstruktur yang membahas tema-tema berikut:

a. Persepsi siswa tentang relevansi materi pelatihan dengan konteks lokal Karawang;
b) Harapan dan kebutuhan akan dukungan dari sekolah dan keluarga.

3) Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan secara individual terhadap 8 siswa dan satu guru pendamping untuk memperoleh perspektif institusional mengenai pemahaman atas kewirausahaan

Teknik Analisis Data Kualitatif

Observasi partisipatif, lapangan catatan, dan wawancara informal dengan delapan siswa dan satu guru pendamping memberikan data kualitatif untuk kegiatan ini. Data dianalisis menggunakan metode berikut:

1. Reduksi Informasi

Data difokuskan pada lima indikator kualitatif, yaitu kepercayaan diri, minat bisnis, kreativitas, penalaran, dan respons positif; data di luar kelima indikator tersebut tidak diikutsertakan dalam analisis.

2. Pengkodean Awal

Setiap unit data, baik berupa pernyataan peserta, deskripsi perilaku, maupun catatan kejadian, diberi kode singkat seperti “berani bertanya” atau “eksplorasi mandiri”, yang selanjutnya dikelompokkan sesuai kesesuaiannya dengan indikator.

3. Tema Pengelompokan

Kode-kode dengan makna serupa disatukan menjadi enam tema sesuai indikatornya; misalnya kode “berani bertanya”, “berani presentasi”, dan “inisiatif bicara” tergabung dalam tema “Percaya diri”.

4. Triangulasi

Keabsahan data dievaluasi dengan membandingkan dua set data yang berbeda:

- Observasi tiga fasilitator (hasilnya dibandingkan hingga mencapai antarpengamat)
- Wawancara dengan delapan siswa
- Wawancara dengan satu pendamping guru

Ketiga sumber data tersebut menunjukkan hasil yang konsisten (konvergen) tanpa kontradiksi berarti.

5. Kesimpulan

Kesimpulan disusun bertahap dari temuan spesifik menuju generalisasi, kemudian diverifikasi melalui member check bersama dua siswa (berprestasi tinggi dan rendah) serta guru pendamping untuk memastikan interpretasi sesuai dengan pengalaman selama kegiatan.

Indikator Keberhasilan Kegiatan

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Kegiatan

No	Indikator Kualitatif	Deskripsi Perubahan yang Diharapkan	Metode Pengukuran
1.	Peningkatan rasa percaya diri dalam berwirausaha	Peserta menunjukkan keberanian untuk menyampaikan ide usaha, bertanya, dan menjawab pertanyaan	Observasi partisipasi aktif, catatan lapangan tim fasilitator
2.	Tumbuhnya minat untuk memulai usaha *(entrepreneurial intention)*	Peserta secara sukarela menyatakan keinginan untuk mencoba berjualan setelah kegiatan; muncul pertanyaan-pertanyaan teknis seperti "kalau modalnya kecil, bagaimana memulainya?" atau "apakah boleh pakai media sosial sendiri?"	Wawancara informal, observasi antusiasme saat sesi praktik
3.	Kreativitas dalam produksi konten digital	Peserta menghasilkan video konten yang tidak sekadar meniru contoh, tetapi memiliki gaya unik (misalnya: penggunaan bahasa yang menarik, pemilihan latar, atau pengenalan produk dengan cara bercerita).	Penilaian rubrik aspek kreativitas, dokumentasi video
4.	Kemandirian dalam menyelesaikan tugas praktik	Peserta tidak terus-menerus bertanya kepada fasilitator untuk hal-hal teknis dasar; mampu mengeksplorasi sendiri fitur aplikasi editing video yang belum diajarkan.	Lembar observasi praktik, dokumentasi proses
5.	Respon positif terhadap kegiatan	Peserta terlihat antusias (senyum, tepuk tangan, candaan sehat, tidak ada yang keluar ruangan sebelum kegiatan selesai); secara verbal menyatakan "kegiatannya seru" atau "baru pertama kali belajar sambil praktik langsung".	Observasi suasana kelas, angket kepuasan (item terbuka)

Hasil dan Pembahasan

Pada tanggal 4 April 2026, 23 siswa SMK Texar Karawang berpartisipasi dalam lokakarya pembelajaran pengalaman yang dipimpin oleh seorang guru pendamping. Semua kegiatan dilaksanakan sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun. Data kualitatif diperoleh melalui observasi terhadap seluruh 23 peserta serta diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan delapan siswa terpilih dan satu guru pendamping.





Gambar 1dan 2. Persiapan Tim Pelaksana Kegiatan Dan Registrasi Peserta Pelatihan





Gambar 3 dan 4. Pelaksanaan Pre-test Dan Materi Pengantar Kewirausahaan

1. Hasil Kuantitatif (Pre-test dan Post-test)

Sebagai pelengkap dari temuan kualitatif di atas, skor pengetahuan siswa pada pre-test dan post-test juga dihitung dengan cara yang sederhana, mengingat kegiatan ini pada dasarnya bersifat deskriptif-kualitatif dan bukan sebuah eksperimen murni yang menuntut pengujian inferensial yang rumit. Perhitungan yang digunakan adalah N-Gain Score (Hake, 1998), yaitu selisih skor post-test dan pre-test dibagi dengan selisih skor maksimal dan skor pre-test. Rata-rata skor pre-test sebesar 60,2 meningkat menjadi 82,6 pada post-test, sehingga diperoleh nilai N-Gain sebesar 0,56 yang termasuk kategori sedang ($0{,}3 \leq g < 0{,}7$). Angka ini menggambarkan bahwa pemahaman siswa memang berubah cukup berarti setelah mengikuti kegiatan, dan sejalan dengan pola pada Tabel 2 yang menunjukkan mayoritas peserta mengalami peningkatan pada indikator-indikator kualitatif lainnya. Perhitungan ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan analisis kualitatif yang menjadi fokus utama artikel ini, melainkan hanya sebagai gambaran tambahan yang memperkuat kecenderungan yang sudah terlihat dari data lapangan.

Berdasarkan pengamatan terhadap seluruh 23 peserta serta wawancara dan FGD dengan 8 siswa terpilih dan 1 guru pendamping, berikut adalah ringkasan dari enam indikator kualitatif yang telah ditentukan

Tabel 2. Indikator Pencapaian

No	Indikator Kualitatif	Pencapaian (dari 23 peserta)	Bukti Kegiatan
1.	Peningkatan rasa percaya diri	20 dari 23 siswa (87%) aktif bertanya	Catatan observasi, dokumentasi foto
2.	Tumbuhnya minat memulai usaha	17 dari 23 siswa (74%) menyatakan minat berjualan	Kutipan FGD/wawancara (8 siswa)
3.	Kreativitas produksi konten	17 dari 23 siswa (74%) menghasilkan video unik	Produk video konten
4.	Kemandirian tugas praktik	18 dari 23 siswa (78%) eksplorasi fitur mandiri	Catatan observasi lapangan
5.	Respon positif terhadap kegiatan	23 dari 23 siswa (100%) antusias	Tidak ada yang keluar ruangan, ekspresi senang

2. Analisis Menggunakan Indikator Kualitatif

a. Meningkatnya Kepercayaan Diri dalam Berwirausaha

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama kegiatan berlangsung, terdapat peningkatan signifikan dalam partisipasi aktif dari awal hingga akhir. Hanya 5 dari 23 peserta (22%) yang mampu menjawab pertanyaan selama sesi pemaparan materi pertama. Namun, 20 dari 23 peserta (87%) aktif terlibat dalam menyampaikan ide, memberikan saran, atau menjawab pertanyaan dari fasilitator atau anggota kelompok lainnya selama simulasi rencana usaha dan presentasi**.**

Kutipan FGD dengan Siswa:

“Saya lebih percaya diri dalam mengkomunikasikan ide bisnis. Biasanya malu-malu, tapi karena sudah dipraktikkan jadi berani. Teman-teman lain juga sangat aktif” (S-03, peserta FGD, 4 April 2026)

“Saya pernah berbicara di depan kelas. Namun karena semua orang dalam kelompok ingin presentasi dan teman-teman mendengarkan dengan baik, saya senang.” (S-06, peserta FGD, 4 April 2026)

Kutipan Wawancara dengan Guru Pendamping:

"Saya kaget melihat perubahan anak-anak. Hanya sedikit orang yang bicara di kelas pasifnya. Namun, pada hari ini, hampir semua siswa (20 dari 23) mendapat pertanyaan dan presentasi. Cara seperti itu sangat bermanfaat bagi siswa SMK." (Guru Pendamping, wawancara, 4 April 2026)

Alasan peningkatan kepercayaan diri ini adalah karena pembelajaran berbasis pengalaman menyediakan ruang aman bagi siswa untuk belajar melalui pengalaman praktis tanpa gangguan. Hal ini konsisten dengan teori pembelajaran sosial Bandura, yang menyatakan bahwa tingkat efikasi diri tertinggi adalah pengalaman langsung (penguasaan aktif).

b. Minat Tumbuhnya Memulai Usaha

Berdasarkan wawancara dan FGD dengan delapan siswa yang dipilih secara acak, enam di antaranya (75%) mengatakan mereka bersemangat untuk memulai usaha kecil setelah kegiatan tersebut. Pertanyaan yang muncul bukanlah pertanyaan teoritis; melainkan pertanyaan praktis dan teknis.

FGD dan Wawancara dengan Siswa:

"Setelah ini, saya ingin sekali membuat toko online. Ini bisa digunakan untuk membuat promosi di Instagram. Apakah mungkin untuk memulai dengan makanan ringan, Pak? Saya yakin teman-teman lain punya keinginan yang sama." (S-05, wawancara, 4 April 2026)

"Nanti mau coba mulai dengan modal sendiri dulu." Dari delapan orang yang diwawancarai, semuanya mengatakan bahwa kegiatan ini memberi mereka motivasi untuk memulai bisnis. Dua orang sudah menerima produk yang akan dijual. (Catatan fasilitator, FGD, 4 April 2026)

Munculnya pertanyaan teknis dan pernyataan minat untuk memulai usaha menunjukkan bahwa aktivitas ini berhasil menjembatani kesenjangan antara "tahu tentang kewirausahaan" dan "niat untuk berwirausaha." Model pembelajaran pengalaman yang menggabungkan simulasi, praktik, dan refleksi dapat merangsang niat kewirausahaan karena siswa tidak hanya memahami teori tetapi juga memahami proses menciptakan dan mempromosikan produk mereka sendiri.

c. Inovasi dalam Produksi Konten Digital

Seluruh 23 peserta (termasuk yang berada di beberapa kelompok) berhasil memproduksi film promosi dengan durasi 30 hingga 60 detik. Berdasarkan observasi dan analisis kualitatif, 100% peserta menghasilkan video yang tidak persis sama dengan contoh namun tetap memiliki gaya yang unik.

“Ini pertama kalinya saya belajar membuat video promosi. Seru banget, bukan cuma ceramah dengerin. Mungkin saya akan mengunggah video ke TikTok. Teman-teman sekelompok saya juga punya ide-ide lucu.” (S-07, wawancara, 4 April 2026)
“Saya membuat video menggunakan gaya bercerita, mirip dengan ngobrol sama teman sebelumnya. Menurut fasilitator, itu alami.” (S-04, peserta FGD, 4 April 2026)

Tingkat kreativitas yang muncul erat kaitannya dengan kebebasan berekspresi yang diberikan selama sesi praktik. Program pembelajaran berbasis pengalaman yang berfokus pada "belajar melalui pengalaman langsung" memberi siswa kesempatan untuk mengeksplorasi kemampuan komunikasi dan visual mereka sendiri. Karakteristik generasi muda yang terbiasa dengan media sosial semakin umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa SMK memiliki potensi kreatif yang tinggi asalkan diberi wadah dan tantangan yang sesuai.

d. Reaksi Positif terhadap Kegiatan

Sepanjang kegiatan berlangsung (07.30–15.30 WIB, atau 8 jam), tidak ada satu orang pun yang memasuki ruangan sebelum kegiatan resmi selesai. Pengamatan suasana kelas memperlihatkan suasana yang hidup dan inspiratif: siswa berpartisipasi dalam sesi simulasi, menawarkan tangan spontan kepada setiap kelompok setelah presentasi, dan berulang kali menunjukkan candaan sehat yang justru mencairkan suasana.

Kutipan FGD dengan Siswa:
"Dari delapan orang yang diwawancarai, semuanya mengatakan bahwa kegiatan ini bermanfaat dan mereka ingin melanjutkannya. Mereka tahu cara belajar dari biasanya. (Catatan fasilitator, FGD, 4 April 2026)
"Tidak membosankan."Acaranya seru, bukan jenis pendidikan yang sering diajarkan oleh seorang guru ceramah. Karena itu, ingin terus praktik. (S-01, peserta FGD, 4 April 2026)

Respons yang sangat positif ini didorong oleh dua faktor utama. Pertama, pembelajaran pengalaman interaktif yang berpusat pada siswa berbeda secara mendasar dari metode ceramah tradisional. Siswa merasa dipandang sebagai subjek

pembelajaran, bukan objek. Kedua, relevansi materi dengan dunia aspirasi siswa (media sosial, konten video, belanja online) membuat mereka percaya bahwa aktivitas ini "dekat" dengan kehidupan mereka. Antusiasme dan ketidakinginan meninggalkan ruangan sebelum selesai merupakan indikator kuat bahwa aktivitas ini berhasil menciptakan lingkungan belajar yang mendorong pembelajaran yang menyenangkan dan bermakna.

3. Faktor Pendukung dan Hambatan Kegiatan

Tabel 3. Faktor Pendukung dan Hambatan Kegiatan

Faktor	Pendukung	Hambatan
Internal (siswa)	Antusiasme tinggi (23 siswa aktif), akrab dengan media sosial	Keberanian dan kemandirian awal siswa
Eksternal (sekolah)	Dukungan penuh dari kepala sekolah dan guru	Keterbatasan waktu praktik (hanya 1 hari)
Teknis	Ketersediaan perangkat handphone peserta	Kendala jaringan internet saat upload video
Metode	Pendekatan praktik langsung (experiential learning)	Perlu pendampingan individual bagi siswa yang kurang percaya diri

4. Analisis Hubungan Teori Kolb dengan Tahapan Kegiatan

Kegiatan pendampingan ini dirancang berdasarkan teori *Experiential Learning* dari David Kolb (1984). Berikut adalah implementasi keempat tahap tersebut dalam kegiatan PKM ini.

Tabel 4. Implementasi Siklus *Experiential Learning* Kolb dalam Kegiatan

Tahap *Experiential Learning* (Kolb)	Implementasi dalam Kegiatan	Bukti Kegiatan
Concrete Experience (Pengalaman Konkret)	Produksi video konten promosi	Video siswa
Reflective Observation (Observasi Reflektif)	Diskusi kelompok dan FGD	Catatan observasi
Abstract Conceptualization (Konseptualisasi Abstrak)	Materi kelayakan usaha dan digital marketing	Modul pelatihan, catatan peserta
Active Experimentation (Eksperimentasi Aktif)	Penyusunan konten promosi	Business plan / video

Pendekatan holistik terhadap pembelajaran diberikan melalui penerapan tahap keempat Kolb. Selama fase Pengalaman Konkret, 23 siswa berpartisipasi dalam aktivitas nonverbal, memberikan mereka pengalaman yang berkesan. Tahap Observasi Reflektif memungkinkan siswa untuk belajar dari masalah dan keberhasilan kelompok mereka; hal ini dikonfirmasi oleh FGD dengan delapan siswa yang menyatakan bahwa mereka secara konsisten membuat kemajuan. Tahap Konseptualisasi Abstrak memberikan landasan teoritis yang diperlukan sehingga siswa tidak "coba-coba" tetapi lebih memahami konsep. Terakhir, fase Eksperimentasi

Aktif memberi siswa kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang baru diperoleh.
Guru Pendamping menegaskan bahwa 23 siswa terlihat lebih aktif dibandingkan kelas pada umumnya, terutama pada sesi praktik yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam pembelajaran langsung. Menurut Suharto (2021), pendidikan berbasis pengalaman langsung dapat memperkuat kesenjangan antara teori dan praktik dalam pendidikan bisnis.





Gambar 5 dan 6. Foto bersama Narasumber dan Peserta Pelatihan

Perbandingan dengan Kegiatan Sejenis dan Keberlanjutan Program

Capaian ini sejalan dengan temuan Ramhayoga (2025) pada pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital siswa SMK di Gombong, yang juga melaporkan peningkatan pemahaman peserta setelah intervensi berbasis praktik langsung. Peningkatan skor pengetahuan pada kegiatan ini turut memperkuat hasil Nursidik dan Mulyadi (2020) tentang efektivitas pelatihan kewirausahaan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha siswa SMK. Dibandingkan dengan model yang dikembangkan Rahmi *et al*. (2025) yang mengintegrasikan transformasi digital ke dalam siklus pembelajaran pengalaman, kegiatan ini menonjolkan produk video promosi sebagai luaran konkret sekaligus alat evaluasi kreativitas peserta, sehingga memberi variasi cara mengukur keberhasilan pembelajaran eksperiensial pada konteks vokasi. Dari sisi keberlanjutan, komunikasi kelompok WhatsApp yang dibentuk pascakegiatan menunjukkan bahwa sebagian peserta tetap berdiskusi mengenai rencana usaha mereka setelah pelatihan berakhir, meskipun intensitasnya berangsur menurun seiring waktu. Kondisi ini mengindikasikan bahwa dampak pendampingan satu hari cenderung bersifat jangka pendek apabila tidak disertai tindak lanjut yang terstruktur. Oleh karena itu, keberlanjutan program ke depan perlu ditopang oleh mekanisme pendampingan lanjutan, misalnya sesi mentoring berkala atau keterlibatan guru PKK sebagai fasilitator tetap, agar minat berwirausaha yang telah tumbuh tidak berhenti pada tahap aspirasi semata.

SIMPULAN DAN SARAN

Proyek pengabdian kepada masyarakat ini menjadi model peningkatan kewirausahaan di SMK Texar Karawang melalui experiential learning, dan membuahkan hasil yang terukur. Berdasarkan hasil dan analisis data kualitatif, kegiatan pembelajaran berbasis pengalaman telah berhasil meningkatkan efektivitas dan keterampilan psikomotorik siswa SMK Texar Karawang. Berdasarkan observasi

terhadap 23 partisipan serta wawancara dan FGD dengan 8 siswa dan 1 pendamping guru, semua indikator kualitatif menunjukkan kinerja yang baik: Percaya diri: 87% siswa aktif mengajukan pertanyaan dan membuat presentasi, Minat berwirausaha: Menurut 74% siswa, minat memulai usaha, 100% siswa menghasilkan video unik, Kemandirian: 78% siswa melakukan eksplorasi diri dan Respons positif: 100% siswa antusias terhadap kegiatan tersebut.

Penerapan siklus empat tahap Kolb (pengalaman konkret, observasi reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimentasi aktif) efektif sebagai sarana untuk mendorong siswa SMK terlibat dalam kegiatan bisnis berbasis pengalaman langsung. Pemberian motivasi intrinsik terefleksikan dalam keberlanjutan *engagement* siswa pasca-pelatihan, di mana keaktifan komunikasi dalam grup WhatsApp yang dibentuk sebagai wadah pemantauan perkembangan dan *group coaching* menunjukkan bahwa pembelajaran eksperiensial yang terstruktur dengan baik mampu memicu internalisasi niat kewirausahaan yang melampaui konteks temporal kegiatan formal. Faktor-faktor ini bekerja sama untuk menciptakan lingkungan belajar yang nyata dan bermanfaat, yang diperlukan agar proses pembelajaran berdasarkan pengalaman menjadi bermakna. Secara praktis, temuan ini menyarankan agar SMK Texar Karawang mengintegrasikan pendekatan experiential learning ke dalam mata pelajaran Projek Kreatif dan Kewirausahaan secara rutin, tidak hanya melalui kegiatan insidental, serta membentuk mekanisme pendampingan lanjutan bersama guru PKK agar minat berwirausaha siswa dapat terus dijaga hingga terwujud dalam rintisan usaha nyata.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ketua STIE Ganesha, Ketua Program Studi Magister Manajemen, serta Dosen Pembimbing Lapangan atas dukungan penuh terhadap terlaksananya kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Kepala SMK Texar Karawang, seluruh guru dan staf yang telah memberikan kemudahan serta dukungan selama kegiatan berlangsung, serta kepada seluruh siswa yang telah berpartisipasi dengan penuh semangat.

DAFTAR RUJUKAN

Bernardus, D., Yuwono, S., & Prajogo, W. (2020). The Effect of *Experiential learning* Program on Entrepreneurial Mindset. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(5), 1–15. https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0093

BPS. (2023). Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html

Direktorat SMK. (2020). *Rencana Strategis Direktorat SMK Tahun 2020–2024*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. https://www.vokasi.kemdikbud.go.id/

Hake, R. R. (1998). Interactive-engagement versus traditional methods: A six-thousand-student survey of mechanics test data for introductory physics courses. *American Journal of Physics,* 66(1), 64-74. https://doi.org/10.1119/1.18809

Haryati, Sari & Makarim, Siti. (2025). Penerapan Model Pembelajaran Experiential Learning dalam Pendidikan Kewirausahaan di SMA Serba Bakti. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin,* 2(2). https://doi.org/10.70134/jupengen.v2i2.442

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall. https://www.researchgate.net/publication/235701029_Experiential_Learning_Experience_As_The_Source_Of_Learning_And_Development

Monllor, J., Michels, N., & Adderley, S. (2024). Pivoting an Entrepreneurship *Experiential learning* Module Online: Applying a Concrete Experience Framework. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. https://doi.org/10.1177/25151274231217953

Morris, T. H. (2020). *Experiential learning* – A Systematic Review and Revision of Kolb's Model. *Interactive Learning Environments*, 28(8), 1064–1077. https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1570279

Nursidik, R., & Mulyadi, D. (2020). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Jiwa Wirausaha Siswa SMK. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 12(10), 35-42.

Rahmi, R., *et al*. (2025). Bridging Entrepreneurship Education and Digital Transformation: A Novel *Experiential learning* Model for Entrepreneurial Mindset Development. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*. https://doi.org/10.26803/ijlter.24.5.27

Ramhayoga, Rifanda. (2025). Pelatihan Kewirausahaan dan Pengenalan Digital Marketing pada Siswa SMK dalam Mendukung Perkembangan UMKM di Era Pemasaran Digital di SMK Ma'arif 2 Gombong : *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa 3(5),* 2453-2459. https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i5.2751

Ridwan, I.,& Rizal, R. (2019). Penerapan model pembelajaran berbasis pengalaman untuk meningkatkan pemahaman konsep siswa : *JoTaLP: Journal of Teaching and Learning Physics,* 4(1), 21-27. https://doi.org/10.15575/jotalp.v4i1.3697