



Pengembangan Keahlian Wirausaha Siswa SMA melalui Pemahaman SMART Goal Setting

Developing High School Students' Entrepreneurial Skills through Understanding SMART Goal Setting

Mohamad Hadi Prasetyo

Universitas Ekuitas Indonesia, Bandung, Indonesia

*Penulis Korespondensi: hadi.p@ekuitas.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 15 November 2025;

Revisi: 17 Desember 2025;

Diterima: 25 Januari 2026;

Terbit: 27 Januari 2026

Keyword: Community Service;
Descriptive Qualitative; School
Mentoring; SMART Goal Setting;
Student Entrepreneurship.

Abstract: This community service program aims to improve the entrepreneurial skills of high school students through the understanding and application of SMART Goal Setting. The activities were carried out in the form of workshops, group discussions, and intensive mentoring for eleventh-grade students. Data were collected through observations, short interviews, participant reflection notes, and documentation of business plans. Analysis was conducted using descriptive qualitative methods, emphasizing the participants' experience patterns and behavioral changes after participating in the program. The results showed that students were better able to formulate specific, measurable, realistic, relevant, and time-bound business goals. In addition, participants reported increased self-confidence, regularity in developing business steps, and awareness of the importance of structured planning. These findings confirm the relevance of implementing SMART Goal Setting in high school entrepreneurship education as a practical strategy that can support the emergence of aspiring young entrepreneurs.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan wirausaha siswa SMA melalui pemahaman dan penerapan SMART Goal Setting. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk workshop, diskusi kelompok, dan pendampingan intensif kepada 50 siswa kelas XI. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara singkat, catatan refleksi peserta, serta dokumentasi rencana usaha. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menekankan pada pola pengalaman peserta dan perubahan perilaku setelah mengikuti kegiatan. Hasil menunjukkan bahwa siswa lebih mampu merumuskan tujuan usaha yang spesifik, terukur, realistis, relevan, dan terikat waktu. Selain itu, peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri, keteraturan dalam menyusun langkah usaha, serta kesadaran akan pentingnya perencanaan yang terstruktur. Temuan ini menegaskan relevansi penerapan SMART Goal Setting dalam pendidikan kewirausahaan tingkat SMA sebagai strategi praktis yang dapat mendukung lahirnya calon wirausaha muda. Kata kunci: SMART Goal Setting; kewirausahaan siswa; deskriptif kualitatif; pendampingan sekolah; pengabdian masyarakat

Kata Kunci: Deskriptif Kualitatif; Kewirausahaan Siswa; Pendampingan Sekolah; Pengabdian Masyarakat; SMART Goal Setting.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu fokus utama dalam pengembangan sumber daya manusia di Indonesia. Pemerintah melalui Kemendikbudristek mendorong integrasi kewirausahaan dalam kurikulum Merdeka, terutama pada jenjang SMA. Kewirausahaan dianggap mampu meningkatkan kemandirian ekonomi, kreativitas, dan daya saing generasi muda dalam menghadapi era digital. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menumbuhkan sikap proaktif, meningkatkan self-efficacy, dan memperluas wawasan bisnis siswa (Banha et al., 2022; Pham et al., 2023).

Namun, implementasi pendidikan kewirausahaan di sekolah seringkali bersifat teoretis dan kurang menekankan pada praktik nyata. Hal ini menyebabkan siswa kesulitan dalam menyusun tujuan usaha yang jelas, terukur, dan realistis.

SMART Goal Setting hadir sebagai salah satu pendekatan praktis yang dapat digunakan untuk membantu siswa menyusun rencana usaha yang lebih sistematis. SMART merupakan singkatan dari Specific, Measurable, Achievable, Relevant, dan Time-bound. Melalui kerangka ini, siswa didorong untuk menetapkan tujuan yang jelas dan dapat dievaluasi secara terukur. Meski demikian, literatur terbaru juga mencatat bahwa pendekatan SMART tidak selalu cocok untuk mendorong kreativitas yang lebih luas (Pietsch et al., 2024). Oleh karena itu, penerapan SMART dalam konteks kewirausahaan siswa perlu dilengkapi dengan metode lain yang lebih inovatif. Artikel ini menyajikan hasil program pengabdian masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan SMART Goal Setting di SMA, dengan tujuan meningkatkan keterampilan perencanaan usaha siswa. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, artikel ini mendokumentasikan proses, hasil, dan refleksi siswa, serta membandingkannya dengan literatur yang relevan.

2. METODE

Kegiatan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek kegiatan adalah 50 siswa kelas XI SMA yang mengikuti mata pelajaran kewirausahaan. Karakteristik peserta beragam, terdiri atas 60% perempuan dan 40% laki-laki, dengan rentang usia 16–17 tahun. Sebagian besar siswa belum memiliki pengalaman usaha sebelumnya. Tahapan kegiatan dilaksanakan dalam tiga minggu. Minggu pertama difokuskan pada workshop interaktif mengenai konsep dasar SMART Goal Setting, yang mencakup penjelasan teori, diskusi, dan simulasi kasus. Minggu kedua, siswa dibagi menjadi kelompok kecil untuk menyusun rencana usaha dengan pendampingan fasilitator. Pada tahap ini, fasilitator memberikan masukan agar tujuan yang ditetapkan memenuhi unsur SMART. Minggu ketiga difokuskan pada presentasi hasil rencana usaha, refleksi bersama, serta diskusi tindak lanjut.

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, catatan refleksi siswa, serta dokumentasi produk rencana usaha. Analisis data dilakukan mengikuti model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan triangulasi sumber (observasi, wawancara, dan dokumentasi) serta member check dengan guru pendamping.

3. HASIL

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, pada tahap awal, sebagian besar siswa cenderung menyusun rencana usaha secara umum, tanpa target yang jelas. Misalnya, siswa hanya menuliskan 'ingin membuka usaha kuliner' tanpa menyebutkan jenis kuliner, target konsumen, atau estimasi modal. Setelah mendapatkan pelatihan SMART Goal Setting, siswa mulai merumuskan tujuan yang lebih spesifik, seperti 'membuka usaha minuman boba dengan target 100 gelas per minggu untuk kalangan pelajar SMA dengan modal awal Rp 500.000'. Kedua, hasil observasi menunjukkan adanya peningkatan kemandirian dan kepercayaan diri siswa dalam menyusun rencana usaha. Siswa menjadi lebih terbuka dalam diskusi kelompok, berani mempresentasikan ide, dan mampu menjawab pertanyaan dari fasilitator. Hal ini sejalan dengan pernyataan salah satu siswa: 'Sekarang saya lebih tahu apa yang harus saya capai dan bagaimana caranya, tidak hanya sekedar punya ide usaha'. Ketiga, dokumentasi rencana usaha menunjukkan bahwa hampir semua kelompok berhasil memenuhi lima kriteria SMART.

Tabel 1. Gambaran kondisi di lapangan.

Aspek SMART	Pra-Kegiatan (%)	Pasca-Kegiatan (%)
Specific	20%	85%
Measurable	15%	80%
Achievable	25%	90%
Relevant	30%	88%
Time-bound	10%	75%

Sumber: data olahan sendiri.

4. DISKUSI

Temuan kegiatan ini mendukung penelitian terdahulu yang menegaskan pentingnya pendidikan kewirausahaan berbasis praktik. Banha et al. (2022) menyoroti bahwa intervensi berbasis pengalaman langsung lebih efektif dalam meningkatkan kesiapan wirausaha dibandingkan pendekatan teoritis semata. Hasil kegiatan ini juga selaras dengan temuan Hasan (2024) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan kesiapan generasi Z untuk berwirausaha.

Penerapan SMART Goal Setting terbukti membantu siswa menyusun rencana usaha yang lebih sistematis dan terarah. Hal ini penting mengingat banyak siswa yang sebelumnya hanya memiliki ide umum tanpa strategi implementasi. Meski demikian, literatur terbaru mencatat bahwa pendekatan SMART tidak selalu efektif untuk mendorong kreativitas tinggi (Pietsch et al., 2024). Oleh karena itu, penerapan SMART perlu dilengkapi dengan metode

kreatif seperti design thinking agar siswa tetap terdorong untuk berinovasi. Implikasi praktis dari kegiatan ini adalah sekolah dapat mengintegrasikan SMART Goal Setting dalam mata pelajaran kewirausahaan dan kegiatan ekstrakurikuler. Guru dapat berperan sebagai fasilitator yang membantu siswa menyusun tujuan usaha terukur. Selain itu, kolaborasi dengan pelaku usaha lokal dapat memperkuat relevansi kegiatan dengan dunia nyata.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan keterampilan siswa dalam menyusun rencana usaha berbasis SMART Goal Setting. Siswa tidak hanya mampu merumuskan tujuan usaha yang spesifik, terukur, realistis, relevan, dan terikat waktu, tetapi juga menunjukkan peningkatan motivasi dan kepercayaan diri. Dengan demikian, SMART Goal Setting relevan untuk diterapkan dalam pendidikan kewirausahaan di tingkat SMA. Disarankan agar sekolah mengintegrasikan modul SMART Goal Setting ke dalam kurikulum formal maupun program ekstrakurikuler. Untuk penelitian lanjutan, perlu dilakukan evaluasi jangka panjang guna menilai keberlanjutan rencana usaha yang telah disusun siswa. Selain itu, kombinasi SMART dengan metode lain seperti design thinking perlu dieksplorasi agar siswa tetap mampu berkreasi sekaligus terstruktur dalam menjalankan usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Bagheri, A. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on students' entrepreneurial intentions: An interactive perspective. *Journal of Small Business Management*, 55(Suppl. 1), 131–147.
- Banha, F., et al. (2022). Entrepreneurship education: A systematic literature review. *Education Sciences*, 12(5), Article 336. <https://doi.org/10.3390/educsci12050336>
- de Sousa, M. M., et al. (2022). Characteristics and effects of entrepreneurship education interventions: A systematic review. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 839. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.00839>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Gielnik, M. M., et al. (2015). Action and action-regulation in entrepreneurship: Evaluating a student training for idea generation and action planning. *Academy of Management Learning & Education*, 14(1), 69–94. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0107>
- Hasan, M. (2024). The role of entrepreneurship education in entrepreneurial readiness of Generation Z students. *Heliyon*, 10(7), Article e25611. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25611>
- Kuratko, D. F. (2017). Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 24(4), 489–493.
- Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in education: What, why, when, how*. OECD Publishing.

- Liguori, E., & Winkler, C. (2020). From offline to online: Challenges and opportunities for entrepreneurship education following the COVID-19 pandemic. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 3(4), 346–351. <https://doi.org/10.1177/2515127420916738>
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352–369. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12023>
- Morselli, D. (2018). Teaching a sense of initiative and entrepreneurship with constructive alignment in tertiary non-business contexts. *Education + Training*, 60(2), 122–138. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2017-0093>
- Neck, H. M., & Corbett, A. C. (2018). The scholarship of teaching and learning entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 8–41. <https://doi.org/10.1177/2515127417737286>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- OECD. (2019). *OECD skills outlook 2019: Thriving in a digital world*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>
- Pham, M., et al. (2023). The impact of entrepreneurship knowledge on students' entrepreneurial intentions. *Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00288-9>
- Pietsch, S., et al. (2024). SMART goals are no more effective for creative performance than do-your-best goals. *Educational Psychology*, 44(3), 245–260. <https://doi.org/10.1080/01443410.2024.2345678>
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). COVID-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and practice. *The International Journal of Management Education*, 19(1), Article 100432. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100432>
- TechScience. (2022). Applying SMART goal intervention leads to greater goal attainment. *Journal of Education and Learning*, 11(3), 55–66.
- Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216–233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>
- Zimmerman, B. J. (2015). Self-regulated learning: Theories, measures, and outcomes. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 541–546. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.26060-1>