

Inovasi Karang Taruna Dalam Meningkatkan Kesajahteraan Masyarakat Kelurahan Pamulang

Eko Sudarso, Rahmani Solihah, Feby Usiza Salsabila, Fika Anjani Alpino

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email :

dosen02070@unpam.ac.id, rahmanisolihah621@gmail.com, febyusiza@gmail.com,
Alpinofika@gmail.com.

ABSTRAK

Kewirausahaan cenderung terus berinovasi dengan menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang diminati. Mereka mengambil risiko untuk mencoba produk industri kreatif, memberikan layanan yang maksimal, dan memperluas pasar dengan lebih proaktif daripada pesaing untuk menciptakan peluang pasar baru. Perilaku inovatif mencerminkan kecenderungan untuk menciptakan ide-ide baru, proses baru, dan produk kreatif. Sosialisasi inovasi dan kreativitas dalam membangun kesadaran berwirausaha pada pemuda penerus bangsa sangat penting dilakukan melalui karang taruna.

Sosialisasi di karang taruna menjadi lebih efektif karena pemuda yang tergabung di sana sudah terbiasa dengan suasana organisasi yang dinamis. Kegiatan sosialisasi bertujuan membangun kesadaran untuk mandiri, dan dapat disimpulkan bahwa para pemuda di Karang Taruna di Kelurahan Pamulang Timur telah memiliki pengetahuan dan kesadaran untuk mandiri melalui eksplorasi inovasi dan ide kreatif dalam membangun usaha kecil.

Kata kunci : Akutansi, Laporan Keuangan, Kreativitas, Pemuda, Karang Taruna

ABSTRACT

Entrepreneurship tends to continue to innovate by adapting to market conditions of interest. They take risks to try creative industry products, provide maximum service, and expand markets more proactively than competitors to create new market opportunities. Innovative behavior reflects the tendency to create new ideas, new processes, and creative products. The socialization of innovation and creativity in building entrepreneurial awareness among the nation's future youth is very important through youth organizations.

Socialization at youth organizations becomes more effective because the youth who join there are accustomed to the dynamic organizational atmosphere. The socialization activity aims to build awareness to be independent, and it can be concluded that the youth at Karang Taruna in Pamulang Subdistrict already have the knowledge and awareness to be independent through exploring innovation and creative ideas in building small businesses.

Keywords : Accounting, Financial reports, Creativity, Youth, Youth Organization

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan yang dihadapi oleh bangsa Indonesia saat ini sangat kompleks, meliputi bidang sosial, ekonomi, politik, dan agama yang semakin terlihat secara terbuka. Suasana tidak kondusif menyebabkan krisis ekonomi semakin berkepanjangan, yang mengakibatkan penyelesaian masalah nasional semakin rumit. Di bidang ekonomi, jumlah pengangguran terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh kurangnya lapangan pekerjaan, sementara jumlah lulusan sekolah menengah dan perguruan tinggi terus bertambah.

Kondisi tersebut semakin memburuk akibat PHK dari perusahaan-perusahaan yang bangkrut. Masalah pengangguran dapat diselesaikan dengan menyediakan lapangan pekerjaan sebanyak mungkin oleh negara (Hendarwan, 2018), dengan memperbanyak usaha kecil dan menengah, usaha kecil dibutuhkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, diperlukan strategi pemberdayaan usaha kecil menuju kemandirian usaha dengan pendekatan manajemen profesional (Sukirman & Indaryani, 2014), melalui perubahan pola pikir terlebih dahulu. Perubahan pola pikir ini dapat dicapai melalui pelatihan dan pendampingan penguatan kearifan lokal masyarakat (Nurjaya et al., 2017) untuk menjadi individu yang bermental wirausaha, yang memiliki keyakinan dan ketahanan yang kuat. Berhasil dengan bidang yang mereka pilih, bertindak melakukan inovasi serta berani mengambil resiko, baik resiko mental maupun finansial.

Seseorang dikatakan telah memenuhi ciri-ciri tertentu jika mereka memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan (Margahana dan Triyanto, 2019). Wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berani mengambil risiko menunjukkan kemandirian dan keberanian untuk memulai usaha tanpa takut atau cemas, walaupun dalam situasi yang tidak pasti (Zulhimma, 2018). Ciri-ciri wirausahawan

sukses meliputi (1) memiliki visi dan tujuan yang jelas, (2) inisiatif dan proaktif. Seorang pengusaha dapat mencari peluang usaha yang sesuai dengan kondisi saat ini, berfokus pada pencapaian.

Pengusaha yang sukses selalu meningkatkan kualitas, pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Menantang diri untuk mengambil risiko. Seorang usahawan harus memiliki sifat ini. Kerja keras. Seorang pengusaha selalu mempertimbangkan kemajuan usahanya. Ia berusaha untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif. Bertanggung jawab atas seluruh aktivitasnya, baik material maupun moral kepada berbagai pihak. Komitmen harus ditegakkan dan ditepati.

Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang terkait langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak (Zulhimma, 2018). Munculnya knowledge-based economy (ekonomi kreatif) berasal dari paradigma industri kreatif yang mulai muncul karena perkembangan Internet, ilmu pengetahuan, dan teknologi, mendorong perubahan dinamika pemetaan arah industri secara global yang membentuk ekonomi kreatif. Konsep ekonomi kreatif melibatkan kegiatan ekonomi yang melibatkan gagasan sebagai input dan output, dengan hukum kekayaan intelektual (paten, hak cipta, merek, royalti, dan desain) memiliki peran penting dalam pembentukan ekonomi kreatif (Hermawan & PS, 2015). Ekonomi kreatif melibatkan sejumlah profesional. Mereka di industri kreatif berperan dalam inovasi, mengubah ekonomi kreatif menjadi sebuah sistem transaksi antara permintaan dan penawaran kegiatan ekonomi industri kreatif. Industri kreatif menitikberatkan pada menciptakan nilai melalui kreativitas.

Gagasan dan ide adalah kunci utama dalam industri kreatif, oleh karena itu, hal ini menjadi aset kunci. Industri kreatif merujuk pada aktivitas ekonomi yang memanfaatkan pengetahuan dan informasi (Hermawan & PS, 2015). Konsep kreatif dan kewirausahaan bisnis harus diberikan prioritas dalam perencanaan bisnis, yang sering kali melibatkan tarik-menarik kepentingan antara pelaku wirausaha dan pekerja seni yang menciptakan produk. Pekerja seni merancang produk mereka secara langsung

dengan sentuhan khas dan imajinasi seni. Ide kreatif yang ditunjukkan didominasi oleh nilai seni produk yang bersifat tanpa batasan dan bebas dalam ekspresi, lebih dominan daripada nilai ekonomi yang diukur dalam bentuk uang.

Bisnis kewirausahaan cenderung berinovasi dengan menyesuaikan kondisi pasar yang diminati, mengambil risiko untuk mencoba produk industri kreatif baru, dan memperluas pasar secara proaktif dibandingkan dengan pesaing. Hal ini menciptakan peluang pasar baru. Inovasi mencerminkan kecenderungan kemunculan ide-ide baru, proses yang inovatif, dan produk kreatif. Proaktif merujuk pada sikap yang melakukan antisipasi dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan pasar di masa depan. Proaktif akan membantu wirausaha industri kreatif menggunakan pengetahuan mereka untuk melihat dan memahami kebutuhan pasar masa depan. Berani mengambil risiko terkait dengan keterampilan untuk mengelola jumlah besar sumber daya yang diinvestasikan dalam proyek kewirausahaan dengan upaya meminimalkan risiko kegagalan (Hermawan & PS, 2015).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi permasalahan, rumusan masalah yang dihadapi mitra adalah :

1. Bagaimana cara melakukan penyuluhan tentang rencana pemasaran untuk usaha UMKM?
2. Apakah penyuluhan mengenai rencana pemasaran bagi usaha UMKM dapat meningkatkan kemampuan dan minat dalam berwirausaha?

1.3 TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan analisis situasi masalah, tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Bagaimana cara mengetahui pelaksanaan penyuluhan tentang rencana pemasaran di UMKM?
2. Berapa besar pengaruh pelaksanaan penyuluhan mengenai rencana pemasaran pada usaha UMKM terhadap peningkatan kemampuan dan minat dalam wirausaha?

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran dapat dijelaskan sebagai "meeting needs profitably," dimana perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi kedua belah pihak (Rahmawati, 2016). Pemasaran adalah penerapan ilmu manajemen yang melibatkan pengambilan keputusan berdasarkan konsep pemasaran dan proses manajemen termasuk analisis, perencanaan, pelaksanaan kebijakan, strategi, taktik, dan kontrol (Assauri, 2017). Menurut Fandy Tjiptono, pemasaran adalah fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal. Padahal, perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. William J. Smith telah ditunjuk sebagai kepala proyek untuk proyek penelitian dan pengembangan baru kami. Tugasnya meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan semua aspek proyek untuk memastikan kelancaran dan hasil yang optimal. Smith memiliki pengalaman yang luas dalam bidang ini dan diharapkan dapat membawa proyek ini ke tingkat yang lebih tinggi. Menurut Stanton (2001), pemasaran adalah rangkaian kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga produk/jasa, promosi, distribusi, dan memuaskan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2009), pemasaran adalah proses manajerial di mana individu memperoleh produk yang diinginkan melalui penciptaan atau pertukaran produk serta nilai produknya dengan orang lain.

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk mencari peluang dengan risiko yang mungkin terjadi. Dalam konteks bisnis, menurut Thomas W. Zimmerer (1996), "Kewirausahaan adalah dampak dari disiplin dan penerapan sistematis kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Ini adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa serta kemakmuran." Tambahan nilai dan kemakmuran ini dihasilkan oleh pengusaha individu yang berani mengambil risiko, meluangkan waktu, dan menyediakan berbagai produk dan jasa. Barang dan jasa yang dihasilkan oleh wirausaha tidak selalu baru,

tetapi harus memiliki nilai baru dan berguna. Baron, Robert A. (2014) berpendapat bahwa, "Kewirausahaan melibatkan pengenalan peluang, pengembangan ide, pembentukan tim, dan implementasi strategi bisnis."

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan ini adalah implementasi dari rencana yang telah disusun. Metode pengabdian masyarakat kami bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan kemandirian melalui inovasi dan kreativitas. Kami menyediakan penyuluhan yang mencakup materi teoritis dan praktis, dengan mempertimbangkan kekhasan program studi manajemen. Salah satu contohnya adalah penyuluhan pengelolaan keuangan bagi usaha kecil. Berikut adalah metode pelaksanaan pengabdian yang kami terapkan :

1. Melakukan survei lapangan mengenai perilaku dan kebiasaan pemuda Karang Taruna.
2. Melihat kondisi yang terjadi dan dialami oleh para pemuda setelah Pandemi.
3. Mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang terjadi pada pemuda Karang Taruna, antara lain Bagaimana cara membangun kesadaran untuk mandiri dengan inovasi dan kreativitas usaha, Bagaimana cara memberikan pengarahan tentang cara berinovasi dan berpikir kreatif untuk membangun usaha, dan Bagaimana cara memberikan pengetahuan secara teknis dalam membangun usaha kecil.
4. Melakukan penyuluhan dengan materi teoritis dan praktis, untuk menjawab permasalahan yang kami temukan berdasarkan observasi.
5. Meringkas observasi, pembahasan, dan arahan untuk kemudahan pemahaman dan pelaksanaan dengan memberikan forum tanya jawab.
6. Evaluasi pelaksanaan pengabdian masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian ini sasarannya adalah tehadap Pemuda

Karangtaruna yang ada di Kelurahan Pamulang Timur yang bersedia untuk mengikuti penyuluhan sampai selesai. Hal ini tidak terlepas dari masalah bahwa banyaknya pengangguran setelah masa pandemi covid 19 ini, namun tidak dapat dipungkiri, pandemic virus corona atau covid-19 ini, ternyata semua sektor usaha terdampak. Termasuk di dalamnya sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Padahal saat krisis-krisis sebelumnya, baik krisis 1998 maupun

2008 sektor ini relative kuat, namun saat ini sektor UMKM begitu kelimpungan menghadapi bisnisnya yang terhambat bahkan mungkin tidak bakal selamat.

Pemberian penyuluhan bagaimana berinovasi dan berpikir kreatif agar bisa *survive* adalah hal penting dalam setiap usaha, terutama para pelaku UMKM. Diera digital, strategi pemasaran secara online adalah salah satu alternatif yang bisa diambil. Adapun bentuk promosi yang dilakukan yaitu Bisa melalui Instagram, Facebook dan Google Bisnis, Whatsapp,dll.

Setelah masa pandemi seperti ini sudah seharusnya pelaku industri giat berpromosi di media sosial mengingat sulitnya untuk melakukan promosi secara langsung media sosial menjadi lebih efisien, hemat waktu, dan terjangkau juga sesuai dengan yang diinginkan. Melalui pengabdian masyarakat ini setidaknya memberikan pemahaman akan hal-hal berikut :

1. Fokus pada kebutuhan konsumen.
2. Terus berinovasi dan berkreasi baik di level produk maupun services sesuai dengan perubahan preferensi dan perilaku konsumen.
3. Kembangkan penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan daya tahan ketika krisis melanda.
4. Tidak boleh cepat berpuas diri karena persaingan akan semakin keras.
5. Persiapkan generasi berikutnya untuk menjadi pemimpin UMKM masa depan yang lebih tangguh.
6. Jaga hubungan baik timbal balik dengan vendor, supplier, dan distributor.
7. Berhimpun dalam organisasi UMKM sebagai sarana mengembangkan jejaring dan bisnis.

8. Berkolaborasi dengan perbankan sebagai mitra strategis untuk sumber pembiayaan, informasi, dan pendampingan pengembangan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dan tanya jawab setelah acara sosialisasi selesai, tim PKM menyimpulkan bahwa para pemuda di Karang Taruna Kelurahan Pamulang Timur telah memiliki pengetahuan dan kesadaran untuk mandiri melalui kegiatan sosialisasi. Mereka didorong untuk mengeksplorasi inovasi dan menggali ide kreatif dalam membangun usaha kecil. Kegiatan sosialisasi yang diterima dengan baik dan antusias oleh anggota Karang Taruna menunjukkan perlunya perhatian terhadap kebutuhan pengetahuan generasi muda. Hal ini penting bagi akademisi dan pihak lain yang terlibat, karena pendidikan dan pengetahuan yang diberikan kepada generasi penerus akan membentuk sikap yang siap bersaing dan mandiri di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat*

Kreatif 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat,

Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Hendarwan, D. (2018). Menumbuhkan Jiwa, Perilaku Dan Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis. *Journal Management, Business, And Accounting*, 17(2), 59-68.

Hermawan, I., & PS, V. S. T. (2015). Membangun Kinerja Usaha Melalui Faktor Pembentuk Kapabilitas

Pelaku Kewirausahaan Industri Kreatif Nasional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 33-52.

Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).

Nurjaya, I. G., Tirtayani, L. A., & Suwena, I. K. R. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan

Ekonomi Kreatif Berbasis Tri Hita Karana Di Desa Binaan Abang Batu Dinding Kecamatan Kintamani

Kabupaten Bangli. *International Journal Of Community Service Learning*, 1(1), 17-25.

Sukirman, S., & Indaryani, M. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menuju Kemandirian Usaha

Dokumentasi



