

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN MASYARAKAT YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN
DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PEMBERDAYAAN BISNIS UKM DI KELURAHAN KUNCIRAN INDAH
KOTA TANGERANG**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Drs. M. Tony Nawawi,MM. NIDN/NIK: : 0321036301/10191031

Anggota:

Darryl NIM: 117222058

Said Ashadi Cahyadi NIM: 115220249

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
MEI 2024**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PKM
PERIODE 1 /TAHUN 2024**

Judul: PEMBERDAYAAN BISNIS UKM DI KELURAHAN KUNCIRAN INDAH KOTA TANGERANG	
1. Nama Mitra / Khalayak sasaran	Bapak M Sumbri
3. Ketua Pengusul Nama NIDN Jabatan/Golongan Jurusan/Fakultas Bidang Keahlian Alamat Kantor/tlp/Faks/E-mail Alamat Rumah/ tlp/Faks/E-mail	: Drs. M. Tony Nawawi, MM. : 03021036301 : Dosen Tetap : Ekonomi : Manajemen : Ekonomi/ manajemen : Universitas Tarumanagara Jl. SAT Gg.H.Kisan Rt.003/013 no. 52 Kunciran Indah , Pinang, Kota Tangerang, Banten. tonyn@fe.untar.ac.id
4. Anggota tim Pengusul	-
5. Anggota Tim Mahasiswa/ NIM	1. Darryl/117222058 2. Said Ashadi Cahyadi/ 115220249
6. Lokasi Kegiatan/ Mitra/Khalayak Sasaran Wilayah(Desa / Kecamatan) Kabupaten / Kota Propinsi Jarak PT ke lokasi Mitra (km)	Jl. H. Asep kp. Poncol Rt.04 Rw.013, Kunciran Indah, Pinang, Kota Tangerang Banten -+ 25 km
7. Luaran Yang dihasilkan	Memperdayakan bisnis ukm di kunciran indah
8. Jangka waktu Pelaksanaan	Januari - Juni 2024
9. Biaya Total	Rp 8.000. 000

Jakarta, Mei 2024

Menyetujui,
Ketua LPPM

Ketua Pelaksana



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

Drs. M. Tony Nawawi, MM.

NIK: 10381047

NIK: 10191031

ABSTRAK

Pengembangan Perencanaan bisnis sangat penting bagi seorang pengusaha untuk menjaga kelangsungan bisnisnya, melalui strategi bisnis ini dapat memberikan solusi operasional bisnisnya di masa yang akan datang. Sebuah Bisnis dibidang berhasil atau sukses bilamana, bisnisnya memiliki strategi perencanaan bisnis yang terukur. Kegiatan PKM kali ini bertujuan untuk membantu Usaha Rumahan (UKM) memahami pentingnya Pengembangan strategi perencanaan bisnis dalam menjalankan suatu bisnisnya. Adapun Mitra PKM ini adalah Usaha Rumahan bergerak pada usaha kuliner yang diolah menjadi bisnis keluarga untuk mendapatkan pendapatan rumah tangga. Dalam hal pelaksanaan usaha mitra memerlukan pengembangan strategi perencanaan bisnis terutama dalam menjaga keberlanjutan usaha, namun mitra menghadapi permasalahan dalam pengembangan strategi rencana bisnis secara optimal. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mitra tentang hal yang harus diketahui mitra dalam rencana bisnis. Untuk itu kegiatan PKM bertujuan membantu mitra meningkatkan pengetahuan mitra dalam hal pengenalan strategi rencana bisnis secara optimal. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah sosialisasi secara luring. Materi yang akan disampaikan meliputi: pengenalan strategi, manfaat rencana bisnis, format rencana bisnis dan lainnya. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha mitra akan teratasi, mitra dapat memahami pentingnya perencanaan strategi bisnis dalam menjalankan usaha.

Key word: strategi bisnis, Ukm

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Pengesahan	
A. Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat	
Ringkasan	
Prakata	
Daftar Isi	
Daftar Tabel*	
Daftar Gambar*	
Daftar Lampiran*	
BAB 1 PENDAHULUAN.....	
1.1 Analisis Situasi.....	
1.2 Permasalahan Mitra.....	
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan kelanjutan/ implementasi hasil penelitian).....	
1.4 Uraikan keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar.....	
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN.....	
2.1 Solusi Permasalahan.....	
2.2 Luaran Kegiatan PKM.....	
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	
3.1 Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan.....	
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM.....	
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM.....	
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI	
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran	
1. Materi yang disampaikan pada saat kegiatan PKM (misalnya ppt, artikel, makalah, modul atau materi dalam bentuk lainnya);	
2. Foto-foto kegiatan dan Video (jika ada berupa link video)	
3. Luaran wajib	
4. Luaran tambahan	
5. Poster	
Catatan :	
Laporan Akhir PKM dikirimkan dalam bentuk file pdf dan word (2010) ke email abdimas@untar.ac.id	

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan rahmatNya kegiatan PKM ini dapat diselesaikan pada waktunya. Kegiatan ini berjudul: **PEMBERDAYAAN BISNIS UKM DI KELURAHAN KUNCIRAN INDAH KOTA TANGERANG**. Melalui kegiatan PKM diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang kewirausahaan dan meningkatkan kreativitas dalam bisnisnya. Pada kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak turut berperan penting selama proses kegiatan ini, yaitu kepada: Bapak M Sumbri sebagai mitra kegiatan. Kepada Direktur dan staff LPPM, kepada Dekan dan rekan Dosen, mahasiswa yang membantu kegiatan serta lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa laporan PKM ini belum sepenuhnya sempurna, sehingga sangat mengharapkan kritik maupun saran dari berbagai pihak agar menjadi lebih sempurna serta memiliki kegunaan bagi pembaca. Pada akhirnya Semoga kegiatan ini dapat turut meningkatkan pengetahuan mitra.

Jakarta, Mei 2024

Ketua Tim



Drs. M. Tony Nawawi, MM.

NIK: 10191031

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Pemberdayaan bisnis diperlukan dalam upaya mengatasi permasalahan usaha rumahan (UKM), rencana bisnis merupakan ringkasan tertulis mengenai usulan pendirian usaha oleh UKM yang berisikan rincian kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi pemasaran, serta keterampilan dan kemampuan manajer. Rencana yang disusun merupakan bukti tertulis bahwa UKM telah melakukan bisnis dengan memanfaatkan peluang bisnis, dan siap untuk melaksanakan sebuah ide bisnis baru dengan menentukan arah usaha yang ingin dicapai. Bryson (2011) memandang perencanaan sebagai proses yang sadar dan sistematis yang menyediakan peta jalan bagi organisasi untuk mengejar visi dan tujuan organisasinya. Scarborough dan Cornwall (2016), menyatakan bahwa perencanaan usaha merupakan rangkuman yang ditulis oleh seorang pembisnis yang mengajukan usahanya, dengan secara rinci meliputi biaya operasi dan keuangan, peluang pemasaran strategi, dan keterampilan dan kemampuan manajernya. Sedangkan menurut McKeever (2017) bahwa perencanaan bisnis adalah rencana bisnis yang ditulis meliputi gambaran usaha, tujuan usaha, metode kerja dan rincian keuangan, dan manajemen serta bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya. Wilson, D. dan Scarborough (2018) menyebutkan arti perencanaan bisnis adalah rangkuman yang ditulis secara rinci tentang usulan bisnis oleh pembisnis yang meliputi kegiatan operasi, rencana keuangan, peluang, strategi bisnis, serta keterampilan dan kemampuan manajer. Rencana bisnis yang telah disusun itu sebagai langkah kongkret bagi wirausahawan telah melakukan observasi awal tentang adanya peluang bisnis, dan siap melaksanakan ide bisnis baru, dengan menentukan arah/tujuan perusahaan, dan cara untuk mencapainya. Singkatnya, perencanaan bisnis merupakan asuransi terbaik wirausahawan untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam mendirikan dan mengelola bisnis baru.

Dengan adanya perencanaan bisnis ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu para Pembisnis menjalankan usahanya supaya lancar dan berhasil. Walaupun rencana bisnis akan memberikan panduan dalam mencapai kesuksesan suatu usaha, Namun kecenderungan pelaku usaha termasuk UKM kurang memperhatikan cara menyusun rencana bisnis. Sehingga kegiatan usaha yang dilakukan kebanyakan hanya berdasarkan insting semata, tidak terstruktur dan terdokumentasi secara lengkap. Rencana bisnis adalah alat praktis bagi pengusaha untuk digunakan dalam merancang usaha mereka. Alat ini membantu pengusaha untuk merencanakan ide bisnis sebelum mengambil tindakan (Corbett & Katz, 2016).

Kelayakan ide kewirausahaan telah dinilai dengan analisis kelayakan dan studi. Frederick, Kuratko dan Hodgetts (2006), berpendapat bahwa bagi seorang pengusaha perencanaan bisnis sangat diperlukan, sehingga memberikan panduan operasi usahanya, dengan membuat rencana untuk masa yang akan datang dan menyusun strategi untuk mencapai keberhasilan usahanya.

Dalam penciptaan nilai tambah tersebut diperlukan kreativitas dan sikap proaktif. John Howkins (2013) mengenalkan pertumbuhan ekonomi bergantung pada ide baru yang kreatif dan inovatif. Jawaban konsep ini berkaitan dengan ekonomi berbasis industri dan telah bergeser dari ekonomi industri (manufaktur) ke ekonomi kreatif (intelektual sebagai aset utama). Kreativitas adalah kemampuan dalam memproduksi hal-hal atau gagasan-gagasan baru yang berwujud imajinasi atau pola-pola yang dihubungkan pada saat ini atau yang sudah ada. Santrock (2014) menerangkan bahwa ide kreatif muncul dari sebuah interaksi disekitarnya atau muncul secara tiba-tiba tanpa dipikirkan. Dengan adanya sebuah kreativitas dapat memberikan suatu kebaikan dalam bekerja. Untuk mewujudkannya dibutuhkan sikap proaktif. Covey (2010) seseorang yang memiliki sikap proaktif mampu memberi stimulus atau jeda dalam menentukan keputusan terhadap respon yang ditimbulkan. Sikap proaktif yang dimiliki manusia selalu memberi tujuan, berorientasi di masa depan dan bergerak maju secara internal yang dimiliki 3 dalam dirinya sendiri. Sikap Proaktif sangat penting bagi seseorang apabila menghadapi tantangan. Dalam memunculkan ide kreatif tersebut salah satu yang dapat dilakukan melalui proses pembelajaran ketrampilan. Pembelajaran dapat dilakukan dimana saja baik secara formal maupun informal. Salah satu pembelajaran informal telah dilakukan di sekolah-sekolah, seperti melalui mata pelajaran SBK, praktek maupun teori dalam membuat produk kreatif juga dapat mendatangkan mentor kreatif dari praktisi yang memang memproduksi berbagai kerajinan, terutama yang terbuat dari bahan daur ulang. Selain itu kemampuan seseorang dalam berkreatifitas sebagai Langkah awal dalam berwirausaha. Orang yang mampu berpikir kreatif dan inovatif merupakan kunci kesuksesan yang dapat dijadikan informasi atau peluang untuk menciptakan sesuatu yang berbeda. Kreativitas merupakan kemampuan dalam berpikir yang dapat mengembangkan atau menemukan ide-ide yang digunakan untuk menciptakan persaingan dalam berwirausaha. Selain itu Mustafa et al (2016) mengatakan bahwa kepribadian proaktif mempunyai peran penting dalam berwirausaha. Kepribadian proaktif adalah sifat individu yang dimiliki seseorang secara komparatif dan dapat mengidentifikasi perbedaan orang dalam melakukan suatu tindakan.

Kegiatan PKM melibatkan mitra dari Ukm yang terletak di jalan KH. Asep bojong poncol, kunciran indah Pinang kota Tangerang. Beroperasi sejak tahun 2010 ,salah satu Ukm bidang Kuliner di wilayah Kunciran indah, Pinang kota Tangerang. Mitra belum pernah mengikuti pembelajaran dari luar mengenai pemberdayaan bisnis yang berkesinambungan dan berdaya saing dengan meningkatkan penjualan. Walaupun pihak mitra belum pernah mendapatkan sosialisasi dan pelatihan berkaitan dengan perencanaan strategi pemberdayaan bisnis, karena memang pengetahuan bisnis yang dimiliki bersifat otodidak saja, sebab dilingkungan keluarganya pembisnis kecil-kecilan saja, yang sudah turun menurun, meskipun bidang yang beda. Pihak mitra pernah diberikan pengetahuan bisnis saat sekolah dalam pembelajaran secara formal melalui mata pelajaran manajemen bisnis. Itupun belum dilakukan secara optimal. Untuk itu dalam menambah pengetahuan mitra tentang kreativitas, sikap proaktif serta praktek membuat produk kreatif yang bernilai jual Tim PKM akan mentranfer *knowledge* tersebut kepada mitra. Dengan harapan pengetahuan yang diberikan dapat meningkatkan pengetahuan mitra dalam memnbuat produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi..

B. Permasalahan Mitra

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan Tim PKM, permasalahan yang dialami mitra, yaitu: (1) belum adanya pembekalan dari pihal luar pengetahuan tentang kreatif, kreativitas dan inovatif (2) belum terealisasi kegiatan pembelajaran pengolahan bahan produk yang bernilai ekonomi. Berdasarkan gambaran permasalahan yang dihadapi oleh mitra, terdapat dua aspek yang terkait, yaitu aspek manajemen dan aspek produksi. Pada aspek manajemen, hal ini berkaitan dengan permasalahan yang dialami mitra yang pertama, sedangkan pada aspek produksi, hal ini berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi mitra ke dua.

Berdasarkan analisis situasi , maka prioritas masalah mitra yang ingin diselesaikan adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana cara memberikan pemahaman pada Mitra tentang masalah kreativitas dan proaktif ?
2. Bagaimana cara memberikan pemahaman kepada Mitra tentang *green economy* dengan membuat produk kreatif yang memiliki nilai jual secara ekonomi?
3. Bagaimana mengolah hasil produksi menjadi produk kreatif yang dapat bernilai jual dan ekonomis.?

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

A. Solusi Permasalahan

Untuk mengatasi prioritas masalah yang dihadapi mitra. Maka solusi yang ditargetkan selesai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pengenalan mitra terhadap kreativitas dan proaktif. **Solusi** yang ditawarkan berupa transfer knowledge tentang kreativitas dan kepribadian proaktif yang meliputi pengertian kreativitas, inovatif, cara berpikir kreatif, hambatan kreatif, cara meningkatkan kreativitas organisasi dan individu. **Spesifikasi model** ini diberikan pada mitra sebagai bekal pengetahuan dan menambah wawasan untuk selalu dapat meningkatkan kreativitas yang ada dalam diri mereka/mitra dapat mencakup hal berikut ini:

- 1). Pembekalan pengetahuan tentang kreativitas. Dufays (2014) mengatakan bahwa kreativitas umumnya dianggap sebagai langkah awal dalam berwirausaha. Pentingnya kreativitas dapat diartikan sebagai solusi atau ide dalam memecahkan masalah. Kreativitas dianggap memberikan dasar pengetahuan untuk menciptakan produk atau dapat mengkreasikan sesuatu hal yang baru. Rodhiah, dkk (2021:195), Peran sektor industri kreatif menjadi bagian yang sangat penting karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan sektor kreatif secara umum masih menghadapi banyak kendala, terutama dalam hal strategi yang tepat dan tepat untuk keunggulan bersaing.
- 2). Hal yang Menjadi Kreatif. Sitepu (2019:53), dalam kehidupan manusia, hal-hal kreatif dapat diwujudkan kedalam berbagai bentuk diantaranya :

1. Ide

Pemikiran yang kreatif akan menghasilkan ide yang unik dan tidak terpikirkan sebelumnya. Ide merupakan sebuah pemikiran yang menciptakan solusi atas masalah yang ada dimasyarakat.

2. Produk (Barang/Jasa)

Produk yang dihasilkan juga merupakan salah satu wujud dari kreatif. Tanpa adanya proses kreatif tentunya produk yang dihasilkan tidak dapat memenuhi harapan konsumen.

3. Gagasan

Kreatif dapat juga diwujudkan dalam bentuk gagasan-gagasan dalam mengatasi masalah yang ada. Gagasan dapat dikemukakan langsung.

3). Hal Yang menentukan kreatif Seseorang. Tanujaya (2016:173), untuk mengetahui seorang individu dapat dikatakan kreatif atau tidak, maka ada beberapa hal yang menentukannya yaitu:

1. Menciptakan

Individu yang kreatif dapat menciptakan sebuah ide dan gagasan yang terbaru dan jika di evaluasi dan dipikirkan dengan baik akan menjadi suatu inovasi terbaru.

2. Memodifikasi sesuatu

Seorang individu dikatakan kreatif tidak hanya jika dapat menciptakan sesuatu, akan tetapi jika individu tersebut dapat memodifikasi sesuatu menjadi hal terbaru juga merupakan individu yang kreatif karena tanpa adanya kreativitas dalam diri mereka, maka tidak akan dapat memodifikasi sesuatu menjadi hal baru.

3. Menggabungkan atau mengkombinasikan

Individu yang kreatif tentu dapat menggabungkan berbagai hal yang ada menjadi suatu hal yang baru. Ide yang didapatkannya merupakan hasil dari pengalaman dan penglihatan terhadap hal-hal baru yang ada diluar sana dan mencoba menggabungkan menjadikan suatu hal yang baru.

4). Kepribadian Proaktif.. Mustafa et al (2016) mengatakan bahwa kepribadian proaktif mempunyai peran penting dalam berwirausaha. Kepribadian proaktif adalah sifat individu yang dimiliki seseorang secara komparatif dan dapat mengidentifikasi perbedaan orang dalam melakukan suatu tindakan. Bakker dkk (2012) bahwa kepribadian proaktif merupakan individu yang memiliki relatif untuk menciptakan peluang yang membuat mereka secara efektif dalam mengelola usaha mereka sendiri dan sumber daya pribadi. Orang orang yang memiliki kepribadian proaktif dapat menciptakan kondisi untuk menguntungkan usaha mereka dan menguntungkan diri sendiri dalam berwirausaha.

5). Faktor-faktor Prilaku Proaktif. Widodo (2020:93), berikut ini merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku proaktif seseorang yaitu sebagai berikut:

- a. Faktor Internal
 1. Kepercayaan. Kepercayaan dan keterbukaan dalam budaya organisasi mendorong berbagi pengetahuan di antara perilaku dan karyawan yang bisa dipercaya untuk meningkatkan kecepatan komunikasi dengan memberikan kewajiban pada rekan kerja dalam berbagi pengetahuan dan masalah pribadi dengan lebih leluasa.
 2. Motivasi. Mengungkapkan motivasi adalah sesuatu yang membuat kita semangat akan kegiatan belajar yang di dorong dari hal hal yang berasal dari dalam diri kita maupun yang dipengaruhi oleh orang lain.
 3. Kebiasaan. Kebiasaan adalah tindakan yang dilakukan secara berulang ulang, sehingga otomatis yang artinya dilakukan tanpa dipikirkan lagi, tanpa diperintah oleh otak. Untuk dapat melatih kebiasaan dibutuhkan waktu yang cukup panjang dan juga harus didukung pengulangan yang berkelanjutan.
 4. Sikap. Sikap sebagai pernyataan dari dalam diri kita, baik yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan terhadap peristiwa, objek dan individu tertentu. Hal ini mencerminkan bagaimana perasaan seseorang tentang sesuatu.
- b. Faktor Eksternal
 1. Teman. Teman merupakan persahabatan yang dijalani cukup lama karena memiliki hubungan yang kuat sengan keakraban, kesetiaan dan saling menyayangi.
 2. Keluarga. Keluarga merupakan dara terpending dalam hidup karena setiap orang mempunyai keluarga yang bisa dijadikan sandaran dalam menghadapi masalah..
 3. Uang. Uang merupakan suatu kekayaan yang dimiliki oleh setiap orang untuk dapat melunasi hutang dan menikmati hasil kerja keras diri sendiri
 4. Barang. Barang adalah produk yang berwujud fisik sehingga dapat dirasa, disentuh, disimpan,dilihat, dipegang, dan dapat dinikamatin.
 5. Tempat ibadah. Sebuah tempat yang digunakan oleh masyarakat untuk melaksanakan ibadah sesuai dengan kepercayaan masing- masing.

Target kegiatan PKM ini, yaitu berupa peningkatan pengetahuan bagi Mitra

tentang kreativitas dan kepribadian proaktif, sehingga pihak mitra dapat meningkatkan tingkat omset penjualannya.

B. Luaran Kegiatan

Tabel 1. Luaran Kegiatan

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	Minimal draft Artikel
2	Prosiding dalam Temu ilmiah	Serina VIII 2024
Luaran Tambahan (boleh ada)		
1	Publikasi di jurnal Internasional	-
2	Publikasi di media massa	-
3	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Minimal draft Artikel
4	Teknologi Tepat Guna (TTG)	-
5	Model/purwarupa/karya desain	-
6	Buku ber ISBN	-
7	Video kegiatan	-

Program kreativitas dan kepribadian proaktif sebagai basis utama dalam melakukan wirausaha. Kegiatan ini cenderung meningkatkan motivasi mitra untuk peduli lingkungan di sekitarnya dan menciptakan produk lain menjadi produk yang memiliki nilai jual. Untuk itu kegiatan juga mengarah pada peningkatan kreativitas dan kepribadian proaktif mitra melalui pembekalan pengetahuan dan pelatihan ketrampilan. Melalui dua hal tersebut diharapkan dapat mencapai target kegiatan, yaitu adalah terciptanya pengetahuan tentang kreativitas, serta dorongan dalam diri pribadi mitra untuk ramah lingkungan di sekitarnya dan menciptakan produk baru yang kreatif dan lebih ekonomis.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Solusi untuk Mengatasi Masalah Mitra

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang ditawarkan berupa pembuatan materi, pelathan/sosialisasi dan pendampingan.

1. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan pembekalan pada mitra pemahaman tentang pengetahuan dalam kreativitas dan kepribadian proaktif yang meliputi arti pengertian kreativitas, hal yang menjadi kreatif, hal yang menentukan kreatif , pengertian sikap proaktif dan faktor -faktor perilaku proaktif Untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan.

- a. Tim PKM sebagai tutor menghubungi pihak Mitra untuk minta izin melakukan sosialisasi.
- b. Tim PKM sebagai tutor berkoordinasi dengan Mitra kerja untuk mengikuti kegiatan sosialisasi.
- c. Tim PKM sebagai tutor menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab. sosialisasi tentang kreativitas dan proaktif
- d. Tutor menjelaskan tentang apa yang harus dilakukan dalam membuat produk kreatif yang , bagaimana membangun suatu usaha yang mandiri dengan modal kecil.
. disamping turut membantu pemerintah juga dapat menanggulangi permasalahan sampah yang semakin menumpuk, jika dibiarkan akan merusak lingkungan. Untuk itu Tutor mengajak pihak Mitra berperilaku go green.
- e. Tim Pelaksana meminta Mitra untuk mendengarkan secara Luring yang disediakan tim dengan mahasiswa. Tim meminta Mitra mendiskusikan tentang pengetahuan dasar kreativitas dan proaktif , serta produk peoduk kreatif yang ramah lingkungan.
- f. Tim PKM sebagai tutor menanggapi respon pihak Mitra tentang materi yang sudah disampaikan.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dalam pembuatan produk yang bervariasi dan bernilai ekonomis. Langkah- langkah kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut.

- a. Tim membuat perizinan untuk berkunjung ke lokasi mitra
- b. Tim membuat untuk jadwal waktu dan peralatan kegiatan yang dibutuhkan saat memberikan ketrampilan.
- c. Tim bersama mitra pendamping merencanakan jenis ketrampilan yang akan ditransfer pd mitra
- d. Tim membuat kesepakatan dengan mitra pendamping.
- e. Tim membekali mitra untuk memiliki kerampilan sebagai bekal berwirausaha secara mandiri dengan modal yang kecil.

Pendekatan yang ditawarkan bagi realisasi kegiatan PKM ini meliputi beberapa langkah, yaitu: (1) tahap persiapan, pada tahap ini menyusun persiapan usaha dengan modal yang sedikit ; (2) tahap assesment disini mulai menyusun kegiatan yang melibatkan berbagai pihak; (3) tahap perencanaan alternatif program atau kegiatan; (4) tahap pemformulasian rencana aksi;(5) tahap pelaksanaan (*implementasi*) program atau kegiatan; (6)tahap evaluasi; serta (7) tahap terminasi.

B. .Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Rencana kegiatan dalam rangka pemecahan masalah mitra berikut ini:

Tabel 2: Rencana Kegiatan & Partisipasi Mitra Pengecer

No.	Rencana Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Tim Pkm melakukan observasi awal ke Lokasi Mitra	Tim mengamati lokasi dan masalah mitra secara umum
2	Tim Pkm melakukan pertemuan dengan mitra	Mitra merespon positif dan siap menerima kunjungan.
3	Tim Pkm mempersiapkan materi yang akan disampaikan ke mitra	Tim berdiskusi dan menyiapkan materi Pkm.
4	Tim Pkm lakukan FGD dengan Mitra.	Mitra melakukan perjanjian dengan pihak Mitra untuk pelaksanaan sosialisasi

5	Melakukan kunjungan ke pihak mitra pendamping .	Tim dan mitra memutuskan untuk model model ketrampilan yang akan ditransfer ke mitra
6	Seminar hasil akhir	Tim seminar hasil akhir callpaper nasional
7	Pembuatan laporan dan Publikasi	Tim membuat laporan ke LPPM, FE dan mitra dan mempublikasikannya ke jurnal Nasional

C. Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.

Kegiatan ini dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan mitra di Tangerang .dan road map bagi kegiatan riset atau program pengabdian masyarakat secara berkelanjutan. Pihak terkait dengan kegiatan ini adalah: dosen dengan personalia pelaksana sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Personalia Kegiatan

No	Nama	Bidang Keahlian	Keterangan
3	Drs. M. Tony Nawawi, MM	Ilmu Manajemen	Ketua
4	Darryl/ 117722058	Mahasiswa S2	Anggota
5	Said Ashadi Cahyadi / 115220249	Mahasiswa S1	Anggota

Pemilihan personel program ini disesuaikan dengan target *ouput* yang ingin dicapai program ini, yaitu: Materi sederhana tentang kreativitas dan proaktif. Melalui sosialisasi dan pelatihan pada Mitra diharapkan dapat menambah wawasan mereka. Selanjutnya melalui mitra pendampingan ini dibantu oleh mahasiswa FEB Untar, sehingga sinergi antara personel dalam program ini menjadi tercapai, maka proses pelaksanaan program ini dilakukan dengan mendiskripsikan tiap kegiatan pada masing-masing anggota tim. Proses koordinasi dilakukan langsung oleh ketua tim pengusul. sedangkan proses pertemuan dan penandatanganan perjanjian dilakukan anggota tim bertemu secara langsung ke lokasi mitra. Dilanjutkan membuat materi PPT sederhana, pelatihan serta pendampingan menyusun materi kreativitas dan proaktif dilakukan oleh tim darifakultas ekonomi dan bisnis FEB Untar.

BAB IV

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Gambaran Umum Mitra

Kegiatan PKM ini dilakukan di kp. Bojong Poncol Rt.004, RW. 013, Kelurahan Kunciran Indah, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang. sudah mulai beroperasi sejak 2010 dengan berjualan berkeliling dari kampung ke kampung dari gang ke Gang di wilayah kelurahan kunciran. Kegiatan awal mulanya, hasil wawancara dengan mitra bahwa ia membantu mencukupi kebutuhan keluarganya. Dari Masa itu rupanya ada peminatnya. Setelah Pak M. Sumbri. Dimana awalnya pemasaran masih manual dan dari mulut kemulut.. Sekarang ini kegiatan pemasarannya sudah Grabfood online. Mitra yang menjadi tempat kegiatan adalah usaha rumahan yang fokus dengan kuliner (makanan dan minuman) yang dirintis oleh pak M. Sumbri. Dengan latar belakang untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin banyak, sehingga mitra merasa perlu membantu istri dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Awal ini lah yang menyebabkan mitra memulai usahanya dengan modal terbatas kecil-kecilan. Harapan Pak M. Sumbri usahanya ini bisa menopang kehidupan keluarga sepenuhnya. Mengembangkan usaha bersama isteri menjadi impian mitra. Untuk itu mitra terus memperhatikan upaya yang perlu dilakukan dalam menjaga kelangsungan hidup usaha.

B. Model IPTEKS Yang akan Ditransper Kepada Mitra

Terkait dengan ilmu yang ditransfer ke mitra yaitu Ukm kunciran , sebagai bekal pengetahuan dan menambah wawasan dalam meningkatkan kreativitasnya dapat berupa:

1). Pembekalan pengetahuan tentang kreativty. Dufays (2014) mengatakan bahwa kreativitas umumnya dianggap sebagai langkah awal dalam berwirausaha. Pentingnya kreativitas dapat diartikan sebagai solusi atau ide dalam memecahkan masalah. Kreativitas dianggap memberikan dasar pengetahuan untuk menciptakan produk atau dapat mengkreasikan sesuatu hal yang baru. Rodhiah, dkk (2021), Peran sektor industri kreatif

menjadi bagian yang sangat penting karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan sektor kreatif secara umum masih menghadapi banyak kendala, terutama dalam hal strategi yang tepat dan tepat untuk keunggulan bersaing.

2). Hal yang Menjadi Kreatif. Sitepu (2019), dalam kehidupan manusia, hal-hal kreatif dapat diwujudkan dalam bentuk :

a. Ide.

Pemikiran yang kreatif akan menghasilkan ide yang unik dan tidak terpikirkan sebelumnya. Ide merupakan sebuah pemikiran yang menciptakan solusi atas masalah yang ada dimasyarakat.

b. Produk (Barang/Jasa).

Produk yang dihasilkan juga merupakan salah satu wujud dari kreatif. Tanpa adanya proses kreatif tentunya produk yang dihasilkan tidak dapat memenuhi harapan konsumen.

c. Gagasan

Kreatif dapat juga diwujudkan dalam bentuk gagasan-gagasan dalam mengatasi masalah yang ada. Gagasan dapat dikemukakan langsung.

3). Hal Yang menentukan kreatif Seseorang. Tanujaya (2016), untuk mengetahui seorang individu dapat dikatakan kreatif atau tidak, dengan karekteristik berikut :

a. Menciptakan.

Individu yang kreatif dapat menciptakan sebuah ide dan gagasan yang terbaru dan jika di evaluasi dan dipikirkan dengan baik akan menjadi suatu inovasi terbaru.

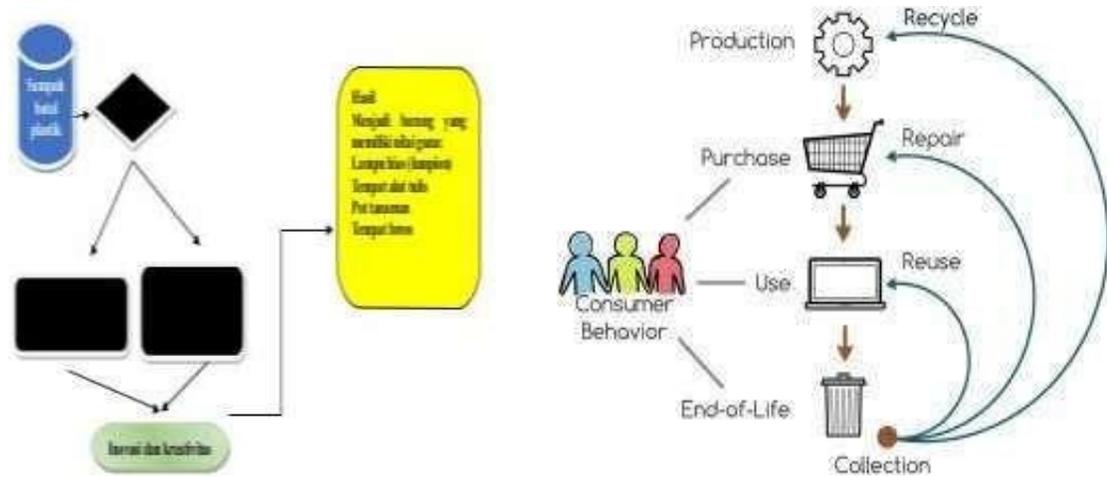
b. Memodifikasi sesuatu. Seorang individu dikatakan kreatif tidak hanya jika dapat menciptakan sesuatu, akan tetapi jika individu tersebut dapat memodifikasi sesuatu menjadi hal terbaru juga merupakan individu yang kreatif karena tanpa adanya kreativitas dalam diri mereka, maka tidak akan dapat memodifikasi sesuatu menjadi hal baru.

c. Menggabungkan atau mengkombinasikan

Individu yang kreatif tentu dapat menggabungkan berbagai hal yang ada menjadi suatu hal yang baru. Ide yang didapatkannya merupakan hasil dari pengalaman dan penglihatan terhadap hal-hal baru yang ada diluar sana dan mencoba menggabungkan menjadikan suatu hal yang baru.

4). Kreativitas Dan Inovasi

Target kegiatan PKM ini, yaitu berupa peningkatan pengetahuan mitra tentang kreativitas. memanfaatkan produk lama pakai di wilayahnya maupun tempat tinggal masing masing untuk menjadi produk kreatif yang lebih bermanfaat dan memiliki nilai jual secara ekonomi. . Dalam kegiatan ini memberikan pembekalan pada mitra cara untuk membuat kreasi daur ulang dengan membantu mengurangi terbuangnya sampah plastik ke permukaan bumi. Cara tersebut adalah dengan menerapkan prinsip 3 R yaitu mengurangi (Reduce), pemakaian kembali (Reuse), dan mengolah kembali atau daur ulang (Recycle), lihat gambar dibawah berikut ini:



Sumber : Bocken, N.M.P., de Pauw, I., van der Grinten, B., Bakker, C. (2016)

C. Model Sosialisasi Kreativitas

Melalui materi yang telah disusun, selanjutnya disosialisasikan pada mitra. Dalam kegiatan ini tim berkoordinasi dengan mitra dengan memberikan penjelasan. Penyampaian materi tersebut disajikan dalam bentuk PPT secara luring dilokasi Mitra yang dipandu oleh mahasiswa FEB Untar. Foto kegiatan sosialisasi yang didokumentasikan adalah:



Gambar : Lokasi Mitra dan Hasil Produksinya



Gambar : Suasana saat Sosialisasi dengan pihak Mitra

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pkm yang telah dilaksanakan ,maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Materi sosialisasi dan pelatihan tentang pengetahuan kreativitas sudah disajikan dalam bentuk PPT.
2. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara luring di lokasi mitra dibantu oleh mahasiswa FEB Untar.
3. Pelatihan dan sosialisasi tentang kreativitas sudah dilakukan pada mitra dan berjalan dengan lancar
4. Mitra aktif dan semangat untuk bertanya dan berdiskusi dengan tim pelaksana.
5. Berdasarkan hasil evaluasi bahwa pihak mitra menyatakan puas dapat mengikuti kegiatan pkm ini, sehingga dapat membuka wawasan dan menambah pengetahuan mereka.

B. Saran

Pelatihan secara kontinu pada mitra dapat dilakukan, antara lain dapat dikembangkan dalam kajian selanjutnya.

1. Proses pembinaan kontinuitas pada Mitra Ukm dengan mentransfer pengetahuan tentang kewirausahaan..
2. Kegiatan lanjutan akan dilakukan seperti kegiatan pelatihan dan pendampingan mengenai pembuatan Laporan keuangan sesuai standar Akuntansi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Widodo. (2020). *Jiwa Wirausahawan Generasi Z*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bakker, A.B., Tims, M. and Derks, D. (2012), "Proactive personality and job performance: the role of job crafting and work engagement", *Human Relations*, Vol. 65 No. 10, pp. 1359-1378
- Bocken, N.M.P., de Pauw, I., van der Grinten, B., Bakker, C. 2016. Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 32 (1), 67-81.
- Covey, Steven R. (2010). *The 7 Habits of Highly Effective People (7 Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif)*. Tangerang: Binarupa Aksara Publisher
- Dufays, F. (2014), "Creativity and entrepreneurship: changing currents in education and public-life", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 20 No. 3, pp. 197-199.
- Ellen MacArthur Foundation. (2016). Towards a circular economy: business rationale for an accelerated transition. Available at: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/TCE_Ellen-MacArthur-Foundation_9-Dec-2015.pdf (accessed 6 June 2016)
- Finan CE Working Group, CE100.(2016) Money makes the world go round - and will it help make the economy circular as well? Available at www.sustainablefinancelab.nl,
- Howkins, John. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. England-UK: Penguin Books
- Kraaijenhagen, C., Van Oppen, C., Bocken. N., (2016). Circular business. Collaborate & Circulate. Circular Collaboration, Amersfoort, *The Netherlands*. Available at circularcollaboration.com
- Mustafa, M.J., Hernandez, E., Mahon, C. and Chee, L.K. (2016), "Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy: the influence of university support and proactive personality on students' entrepreneurial intention", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 8 No. 2, pp. 162-179.
- Rodhiah et al., (2021), "Appliation of the Analyti Hiereahy Proess Method in determining a reativeIndustry Strategy: Evidene From reative Industry in South Tangerang" *PJAE* 18.
- Santrock, J. W. (2014). *Psikologi Pendidikan Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sitepu, Nugraha. (2019). *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Tanujaya, B. (2016). Development of an Instrument to Measure Higher Order Thinking Skillsin Senior High School Mathematics Instruction. *Journal of Education and Practice*, 7(21), 144-148.