

## MEMBANGUN KESADARAN KEMANDIRIAN DENGAN INOVASI DAN KREATIFITAS USAHA PADA PEMUDA KARANG TARUNA RW.07 KELURAHAN REMPOA

Arifin<sup>a</sup>, Wardokhi<sup>b</sup>, Yusuf<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dosen01199@unpam.ac.id, Universitas Pamulang, Banten

<sup>b</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dosen02165@unpam.ac.id, Universitas Pamulang, Banten

<sup>c</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, budiismanto02546@gmail.com, Universitas Pamulang, Banten

### ABSTRACT

Entrepreneurship provides a tendency to continue to innovate by adjusting to market conditions that are in demand, taking risks to try new creative industry products, maximum service and expanding the market more proactively than competitors so as to create new market opportunities, while innovative behavior reflects the tendency to come up with ideas. novelty, novelty of creative processes and products. Dissemination of innovation and creativity in an effort to build awareness of entrepreneurship in the nation's future youth is very important to carry out, through youth organizations socialization becomes more effective because youth gathered in youth organizations are already accustomed to a dynamic organizational atmosphere, with socialization activities in order to build awareness to be independent it can be concluded that the youth in Karang Taruna RW 07 Rempoa Village currently have the knowledge and awareness to be independent by exploring innovation and exploring creative ideas to build small businesses.

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

### ABSTRAK

Kewirausahaan memberikan kecenderungan untuk terus berinovasi dengan menyesuaikan kondisi pasar yang diminati, mengambil risiko untuk mencoba produk industri kreatif yang baru, layanan yang maksimal dan memperluas pasar yang lebih proaktif dibandingkan pesaing sehingga menciptakan peluang pasar baru, sedangkan perilaku inovatif mencerminkan kecenderungan untuk memunculkan ide-ide baru, kebaruan proses dan produk kreatif. Sosialisasi inovasi dan kreativitas dalam upaya membangun kesadaran berwirausaha pada pemuda penerus bangsa sangat penting untuk dilaksanakan, melalui karang taruna sosialisasi menjadi lebih efektif karena pemuda yang terkumpul dalam karang taruna sudah terbiasa dengan suasana organisasi yang dinamis, dengan adanya kegiatan sosialisasi dalam rangka membangun kesadaran untuk mandiri maka dapat disimpulkan para pemuda di Karang Taruna RW 07 Kelurahan Rempoa saat ini telah memiliki pengetahuan dan kesadaran untuk mandiri dengan mengeksplorasi inovasi dan menggali ide kreatif membangun usaha kecil.

**Kata Kunci:** Akuntansi, Laporan keuangan, Kreatifitas, Pemuda, Karang Taruna

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Permasalahan yang dialami bangsa Indonesia saat ini begitu kompleks, tidak hanya bidang sosial ekonomi, namun politik dan agama kian mencuat kepermukaan. Suasana yang tidak kondusif ini menyebabkan krisis ekonomi semakin berkepanjangan, sehingga mengakibatkan semakin rumitnya penyelesaian dari masalah nasional ini. Di bidang ekonomi jumlah pengangguran dari tahun ke tahun terus meningkat, hal ini disebabkan sedikitnya lapangan pekerjaan, sedangkan jumlah lulusan sekolah menengah dan perguruan tinggi selalu bertambah. Kondisi tersebut diperparah dengan adanya PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dari beberapa perusahaan yang mengalami kebangkrutan. Masalah pengangguran sebenarnya bisa diatasi apabila negara mampu menyediakan lapangan pekerjaan sebanyak mungkin (Hendarwan, 2018), dengan memperbanyak usaha kecil dan menengah, usaha kecil dibutuhkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan rakyat, oleh karena itu diperlukan strategi pemberdayaan usaha kecil menuju kemandirian usaha dengan pendekatan manajemen profesional (Sukirman & Indaryani, 2014), tentunya dengan mengubah pola pikir dahulu, Perubahan pola pikir ini dapat dilakukan melalui proses pelatihan dan pendampingan penguatan kearifan lokal masyarakat (Nurjaya et al., 2017) menjadi seseorang yang bermental wirausaha, yang tidak mudah menyerah dikarenakan mereka yakin akan berhasil dengan bidang yang mereka pilih, bertindak melakukan inovasi serta berani

mengambil resiko, baik resiko mental maupun resiko finansial. Jika seseorang telah memenuhi ciri-ciri itu baru dapat dikatakan (Margahana & Triyanto, 2019).

Wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Zulhimma, 2018). Ciri-ciri wirausahawan yang berhasil yaitu (1) miliki visi dan tujuan yang jelas, (2) Inisiatif dan selalu proaktif. Seorang usahawan bisa mencari peluang usaha yang sesuai kondisi saat itu, (3) berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu meningkatkan mutu dan pelayanan yang diberikan, serta kepuasan langganan (4) Berani mengambil resiko. Sifat ini harus dimiliki seorang usahawan, (5) Kerja Keras. Seorang pengusaha selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide kreatif diusahakannya untuk diimplementasikannya, (6) Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik tanggungjawab material maupun moral kepada berbagai pihak (7) Komitmen harus dipegang teguh dan harus ditepati, (8) Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak (Zulhimma, 2018)

Lahirnya knowledge-based economy (ekonomi kreatif) yang bermula dari paradigma industri kreatif muncul ke permukaan diawali dari pesatnya perkembangan Internet, ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga hal ini mendorong berubahnya dinamika pemetaan arah industri secara global membentuk ekonomi kreatif. Konsep ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dengan input dan output berupa adalah gagasan, yang mana peran pembentuk ekonomi kreatif dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual (paten, hak cipta, merek, royalti dan desain) (Hermawan & PS, 2015). Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok profesional. Mereka yang berada di dalam industri kreatif memberikan kontribusi terhadap garis depan inovasi, sehingga ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif. Industri kreatif berfokus terhadap penciptaan nilai melalui daya kreativitas. Gagasan dan ide merupakan kunci utama dalam industri kreatif, sehingga gagasan ini menjadi aset kunci. Industri kreatif adalah industri yang merujuk pada berbagai aktivitas ekonomi yang melakukan eksploitasi pada aspek pengetahuan dan informasi (Hermawan & PS, 2015).

Konsep kreatif dan bisnis kewirausahaan akan memberikan domain prioritas yang harus didefinisikan dalam perencanaan bisnis, dimana dalam kewirausahaan, seringkali memunculkan polemik tarik-menarik kepentingan atas produk, antara pelaku wirausaha dengan pekerja yang menciptakan produk seni. Pekerja seni mendesain langsung produk mereka dengan cita rasa dan imajinasi seni mereka. Ide kreatif yang tertuang didominasi atas nilai seni produk yang bersifat tidak terikat dan bebas dalam ekspresinya, lebih dominan daripada nilai ekonomi berupa uang. Bisnis kewirausahaan memberikan kecenderungan organisasi untuk berinovasi dengan menyesuaikan kondisi pasar yang diminati, mengambil risiko untuk mencoba produk industri kreatif yang baru, layanan yang maksimal dan memperluas pasar yang lebih proaktif dibandingkan pesaing sehingga menciptakan peluang pasar baru, sedangkan Inovasi mencerminkan kecenderungan munculnya ide-ide baru, kebaruan proses dan produk kreatif. Proaktif mengacu pada postur melakukan antisipasi dan bekerja bagi pemenuhan kebutuhan pasar kedepan. Proaktif akan membuat wirausaha industri kreatif menggunakan pengetahuan mereka untuk melihat dan memahami kebutuhan masa depan pasar. Berani mengambil risiko dikaitkan dengan kemauan untuk melakukan pengelolaan sejumlah besar sumber daya yang diinvestasikan pada proyek kewirausahaan dengan risiko munculnya biaya kegagalan menjadi minimal (Hermawan & PS, 2015).

## 2. METODOLOGI PELAKSANAAN

Pelaksanaan ini adalah suatu realisasi dari rencana yang telah disusun, Metode pengabdian masyarakat kami adalah melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan secara virtual melalui media Google Meet di rumah masing masing, untuk membangun kesadaran kemandirian dengan inovasi dan kreatifitas, kami memberikan penyuluhan berupa materi teoritis dan praktis, dengan tidak melupakan kekhasan prodi Diploma Tiga Akuntansi, maka kami memberikan penyuluhan pengelolaan keuangan bagi usaha kecil, berikut secara detail metode pelaksanaan pengabdian yang kami lakukan:

1. Melakukan survey lapangan tentang perilaku dan kebiasaan pemuda Karang Taruna selama ini.
2. Melihat kondisi yang terjadi dan dialami oleh para pemuda saat ini, terutama disaat Pandemi.
3. Mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang terjadi pada pemuda Karang Taruna antara lain dari Bagaimana cara membangun Kesadaran untuk mandiri dengan Inovasi dan Kreatifitas Usaha, Bagaimana cara Memberikan pengarahan tentang bagaimana cara berinovasi dan berpikiri 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. Menyimpulkan pengamatan, diskusi dan pengarahan agar mudah dipahami dan dilaksanakan dengan diberikannya forum tanya jawab.
6. Evaluasi pelaksanaan pengabdian masyarakat

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian ini sasarannya adalah terhadap Pemuda Karangtaruna yang ada di RW.07 Kelurahan Rempoa, Kecamatan Ciputata Timur Tangerang Selatan Propinsi Banten yang bersedia untuk mengikuti penyuluhan sampai selesai. Hal ini tidak terlepas dari masalah bahwa banyaknya pengangguran di masa pandemi covid 19 ini, namun tidak dapat dipungkiri, di tengah 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 dimasa pandemi 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.

Pada 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 masyarkat 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.

Kegiatan ini dapat didokumentasikan seperti gambar dibawah ini:



Gambar 1. Sambutan Ketua Kegiatan PKM



Gambar 2. Materi Narasumber Pertama tentang Membangun Kreatifitas dan Inovasi Usaha



Gambar 3. Materi Narasumber Pertama tentang Penglolaan Keuangan UMKM

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dan tanya jawab setelah acara sosialisasi selesai, tim PKM dapat menyimpulkan dengan adanya kegiatan sosialisasi dalam rangka membangun kesadaran untuk mandiri maka para pemuda di Karang Taruna RW 07 Kelurahan Rempoa saat ini telah memiliki pengetahuan dan kesadaran untuk mandiri dengan mengeksplorasi inovasi dan menggali ide kreatif membangun usaha kecil.

Kegiatan sosialisasi yang disambut dengan baik dan antusias oleh seluruh anggota karang taruna menunjukkan bahwa kepedulian terhadap kebutuhan akan pengetahuan para pemuda harus dimiliki oleh para akademisi dan pihak pihak yang berkepentingan lainnya, sebab dengan mendidik dan memberikan pengetahuan kepada para generasi penerus bangsa tentang kondisi persaingan saat ini dan tantangan dimasa yang akan datang akan membentuk sikap pemuda yang siap bersaing dan memiliki kemandirian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- 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 Enterpreneurship 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 Dengan Menerapkan Manajemen Profesional. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 13–26.
- Zulhimma, H. J. (2018). Upaya Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lembaga Pendidikan Islam. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(2), 313–328.