JURNAL ABDIMAS PLJ **P-ISSN 2798-7469**
Volume 1, Nomor 2, 2021

KEWIRAUSAHAAN PENUNJANG EKONOMI KREATIF DI MASA PANDEMI

Oleh:
[1]Yopy Ratna Dewanti, [2]Eko Hadi Prayitno, [3]Dingot Hamonangan Sitanggang, [4]Arifin Setiabudi, [5]Damdam Damiyana

[1]Komputerisasi Akuntansi. Politeknik LP3I Jakarta.
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 11450. Indonesia

[2,4]Manajemen Informatika. Politeknik LP3I Jakarta.
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 11450. Indonesia

[3,5]Administrasi Bisnis. Politeknik LP3I Jakarta.
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No.7-9 Jakarta Pusat 11450. Indonesia

Email: [1] yopyrdewanti01@gmail.com, [2]Moodsphotograph@gmail.com,
[3]visiaulia@gmail.com, [4]Arifinsetiabudi@gmail.com, [5]dmyana@gmail.com

ABSTRAK

Fungsi dan tujuan pendidikan nasional yaitu untuk mengembangkan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang berbakti kepada kedua orang tua dan berguna bagi nusa bangsa dan agama. Agar lebih tertanam jiwa pada peserta didik, maka proses pelaksanaan pendidikan karakter, pendidikan kewirausahaan, dan ekonomi kreatif perlu dilakukan melalui perencanaan yang baik dan pendekatan pembelajaran yang efektif serta dilakukan secara bersama oleh semua warga sekolah, melalui pengintegrasian dalam mata pelajaran, muatan lokal maupun kegiatan-kegiatan dalam pengembangan diri (Depdiknas, 2006). Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk mengembangkan jiwa wirausaha, menginformasikan bahwa sifat-sifat yang dikembangkan adalah bertanggungjawab (94%) dan berani mengambil resiko (97%). Serta kreativitas dan inovatif (99%).

Kata kunci : pendidikan kewirausahaan, ekonomi kreatif, mata pelajaran ekonomi

ABSTRACK

The function and purpose of national education is to develop and shape the character and civilization of a dignified nation in the context of the intellectual life of the nation, aiming to develop the potential of students to become human beings who are devoted to both parents and useful for the homeland and religion. In order to be more deeply embedded in students' souls, the process of implementing character education, entrepreneurship education, and creative economy needs to be carried out through good planning and an effective learning approach and carried out jointly by all school members, through integration in subjects, local content and activities. -activities in self-development (Depdiknas, 2006). Entrepreneurship education aims to develop an entrepreneurial spirit, informing that the traits developed are responsible (94%) and risk-taking (97%). As well as creativity and innovation (99%).

Keywords*: entrepreneurship education, creative economy, economic subjects*

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi suatu bangsa tentu tidak terlepas dari keberhasilan proses pembelajaran di Lembag pendidikan yang ada di negara tersebut. Diharapkan secara bertahap mampu memajukan peradaban bangsa menjadi lebih tinggi dan menjadi ciri bangsa yang sejati. Tingkat penguasaan ilmu dan teknologi merupakan bukti nyata keberhasilan pembangunan. Peningkatan penguasaan ilmu dan teknologi tidak hanya dilakukan pada pendidikan formal, namun juga dapat dilakukan melalui pendidikan non formal. Menurut Undang-Undang Pendidikan non formal mencakup kecakapan hidup sejak usia dini sampai dewasa baik laki-laki maupun perempuan, Selanjutnya masyarakat dapat melanjutnya ke jenjang Pendidikan yang lebih tinggi". Salah satu jenis pelatihan yang dimaksud adalah pelatihan kewirausahaan. Pelatihan kewirausahaan adalah serangkaian kegiatan yang memberikan kesempatan untuk mendapatkan dan meningkatkan keterampilan yang berkaitan dengan kewirausahaan. Kondisi pandemic sekarang ini mengharuskan kita untuk berusaha semaksimal mungkin menghadapinya, sehingga setiap manusia Indonesia akan mempersiapkan diri menghadapi berbagai tantangan ini. Sehingga perlu adanya peningkatan kualitas keterampilan, misalnya dengan menambah wawasan kewirausahaan. Menjadi seorang wirausahawan yang terdidik dan terlatih dalam menghadapi tantangan serta mampu mencari peluang bisnis yang ada merupakan suatu alternatif yang menguntungkan bagi para siswa untuk diterapkan dalam kehidupan nyata. Dasar hukum untuk membangun pendidikan nasional dengan menerapkan prinsip demokrasi, desentralisasi, otonomi, keadilan dan menjunjung tinggi hak azasi manusia. Ketentuan hukum yang sudah ada dapat diterapkan untuk mendukung pemecahan masalah pendidikan, serta menjadi sumbangan yang berarti bagi bangsa Indonesia.

Wirausaha merupakan Inovator yang melakukan perubahan di tempat penjualan dalam bentuk: Mengeluarkan produk baru (create value); Memperlihatkan metoda produksi baru (new methode); Membuat pasar yang baru (new market); Menciptakan sumber pasokan baru dari bahan /komponen baru; Mengoperasikan organisasi baru pada suatu industri. Contoh pengusahaan sukses adalah Ciputra mengatakan bahwa Pengusaha harus mampu membuat sampah menjadi uang atau emas. Akhirnya semua lapisan masyarakat diharapkan memiliki pemahaman tentang 9 undang-undang tersebut sehingga mampu memberikan makna dalam pengembangan pendidikan dalam rangka terciptanya sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas. Teknologi informasi memiliki perkembangan yang sangat pesat dan meliputi berbagai bidang. Bidang pendidikan merupakan salah satu bidang yang dipengaruhi oleh teknologi informasi. Baik dalam proses pembelajaran formal di kampus maupun non formal berupa pelatihan di luar kampus. Kesuksesan implementasi kurikulum 2013 perlu dukungan Teknologi informasi, sehingga diharapkan setiap Mahasiswa dapat menguasai teknologi informasi secara lengkap.

Dengan adanya Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) sebagai lembaga pendidikan dibawah satuan PNF (Pendidikan Non Formal) di Indonesi, maka masyarakat harus memahami pentingnya PKBM ada di masyarakat. PKBM merupakan tempat pertemuan antara masyarakat yang butuh belajar dengan sumber daya belajar sehingga terjadi peristiwa pembelajaran yang lengkap.

 P-ISSN 2798-7469

METODE PENGABDIAN

Peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah tenaga pengajar dan siswa kelas XI pada PKBM 21 Tebet. Karena masih adalam kondisi pandemic, maka kegiatan abdimas ini dilaksanakan dengan cara online melalui zoom. Adapun langkah-langkah atau tahapan yang dilaksanakan pada adalah sebagai berikut:

1. Metode Online. Metode ini dilakukan melalui online zoom meeting mengingat masa pandemic menjaga jarak dan menjalankan protokol kesehatan.
2. Metode ceramah/pemberian materi :
   1) Materi tentang Desain Logo dan Packaging
   2) Materi tentang Mindset Wirausaha gen- Z
   3) Perkembangan Dunia Usaha via Medsos

   Ketiga materi tersebut diberikan oleh pemateri yang sudah professional dalam bidangnya, sehingga penerimaan materi kepada peserta didik maupun tenaga pendidik dapat sampai dengan mudah dan menyeluruh, sehingga dapat dilaksanakan dan dipraktekan dalam mata pelajaran prakarya dan ekonomi kreatif walau dilaksanakan dalam masa pandemic.

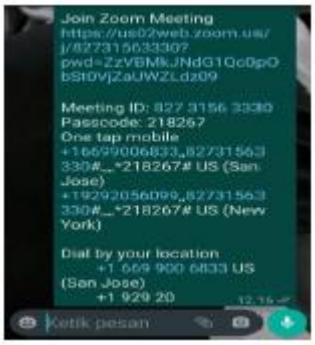
3. Metode Diskusi. Peserta pelatihan yang mengikuti kegiatan pengabdian berdiskusi dengan cara menyampaikan pertanyaan-pertanyaan kepada pemateri tentang apa yang akan dilakukan oleh tendik dan peserta didik selama masa pandemi. Permasalahan yang banyak dihadapi adalah bagaimana membuat kemasan dengan menggunakan bahasa yang menarik minat konsumen untuk mau membeli poduk yang mereka pasarkan.

Pengabdian yang dilakukan dengan online karena dilaksanakan pada masa pandemi sehingga tindak lanjut dengan konsultasi dan pendampingan untuk tenaga pendidik dan peserta didik yang dapat dilakukan komunikasi melalui WhatsApp dengan para pemateri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Politeknik LP3I Jakarta yang bekerjasama dengan PKBM 21 Tebet mengadakan Pelatihan Pengembangan Kegiatan Kewirausahaan Pada Mata Pelajaran Prakarya dan Ekonomi Kreatif sangat tepat sehingga menjadi solusi yang baik. Solusi yang tepat akan membantu warga khususnya siswa dan pendidik PKBM 21 Tebet menjadi masyarakat yang terberdayakan serta mampu belajar secara praktek menyelesaikan persoalan dan memberdayakan ekonomi masyarakat sehari-hari. Permasalahan keterbatasan fasilitas belajar dan guru yang mengajar sedikit banyak bisa teratasi, sehingga diharapkan akan menjadikan masyarakat menjadi lebih sejahtera dan merata.

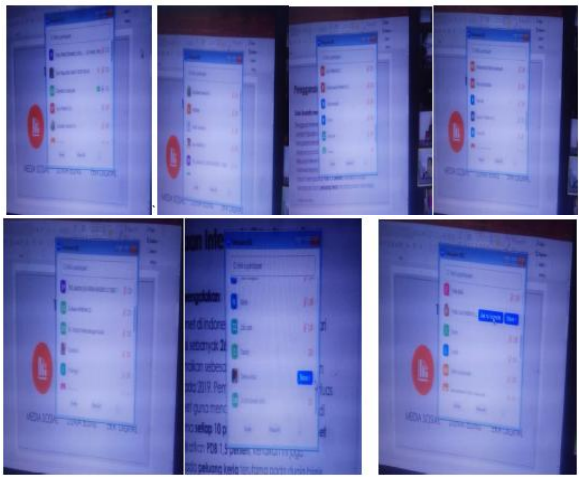
1. Persiapan pelaksanaan Pengabdian yang diadakan secara online. Tempat kegiatan P2M adalah dengan menggunakan aplikasi komunikasi menggunakan video yang dimiliki oleh salah satu pemateri yaitu Zoom Meeting. Adapun meeting id dan pasword yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Alamat Zoom Meeting

 P-ISSN 2798-7469

2. Pelaksanaan kegiatan pengabdian. Sebelum melakukan sosialisasi materi pengabdian, maka pihak PKBM 21 Tebet diberikan link untuk ikut bergabung melalui aplikasi zoom meeting agara peserta memahami dan melakukan persiapan 15 menit sebelum acara dimulai. Ketentuan yang tercantum telah disepakati pemateri dan PKBM 21 Tebet. Peserta dikoordinir oleh PKBM 21 Tebet, ada yang ikut bergabung di PKBM 21 Tebet dan ada yang ikut bergabung dari rumah atau di tempat kerja peserta didik dengan menggunakan HP. Untuk yang hadir di PKBM 21 Tebet dan tempat kerja peserta didik tetap mematuhiprotokol kesehatan. Peserta yang bergabung sejumlah 30 peserta.



Gambar 2
Daftar nama Peserta Kegiatan

PEMBAHASAN

Tahap selanjutnya adalah penyampaian materi oleh 3 (tiga) pemateri tentang :

1. Desain Logo dan Packaging. Logo adalah simbol organisasi/ kelompok ataupun perorangan yang bermakna pesan yang ingin disampaikan. Logo juga sebagai identitas. Logo harus mencerminkan kesan yang baik terhadap pemiliknya. Maka dari itu dalam pembuatannya tidak boleh asal-asalan. Packaging atau kegiatan pengemasan adalah bentuk kegiatan yang dapat dilakukan melalui teknologi, sehingga dengan mudah membuat kemasan yang menarik yang membuat suatu produk banyak diminati untuk dibeli. Berdasarkan tingkat penggunaannya, packaging dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu,desain packaging adalah salah satu aspek terpenting dalam pemasaran, Selainjadi penguat identitas suatu produk, desain packaging juga harus memiliki hubungan fisik dan psikologis dengan konsumennya, sehingga mereka merasa memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kemasan sekali pakai (bungkus permen, bungkus plastic mie instan, bungkus es, dll),kemasan yang dapat dipakai lagi berulang kali (botol sirup, kardus besar, dll), kemasan yang tidak dibuang (kaleng susu, tempat kaca, dll).

Berdasarkan struktur system kemasnya, kemasan dapat digolongkan menjadi tiga yaitu 1). kemasan primer yang bersentuhan langsung terhadap produk (kaleng minuman, bungkus roti, dll), kemasan sekunder adalah kemasan yang digunakan untuk membungkus sekelompok kemasan lain (kardus mie instan, karton kaleng susu, dll). Benda yang paling melekat pada produk selain logo adalah kemasan (packaging). Kemasan adalah tempat atau wadah untuk membungkus sebuah produk. Banyak perusahaan yang membuat kemasan yang unik dan menarik bahkan terkadang diluar pemikiran kita. Mengapa demikian? karena para pelaku usaha tersebut menyadari betul arti, fungsi dan nilai lebih dari sebuah kemasan jika benar-benar digarap dengan serius. Kemasan adalah benda yang akan berinteraksi langsung dengan konsumen terlebih dahulu sebelum produk, karena kemasan adalah produk yang

melindungi produk dari berbagai resiko dari luar, menjadi pembeda dari produk sejenis maupun yang berbeda, menarik dan sebagai alat promosi kepada konsumen. kemasan primer yang bersentuhan langsung terhadap produk (kaleng minuman, bungkus roti, dll), kemasan sekunder adalah kemasan yang digunakan untuk membungkus sekelompok kemasan lain (kardus mie instan, karton kaleng susu, dll). Kemasan tersier adalah kemasan yang umumnya digunakan untuk mengemas barang-barang yang dikirim melalui container atau jasa pengiriman. Selain itu kemasan juga mencerminkan produk atau perusahaan yang "menempel" pada kemasan. Kemasan secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap identitas suatu produk maupun perusahaan.

2. Mindset Wirausaha gen-Z

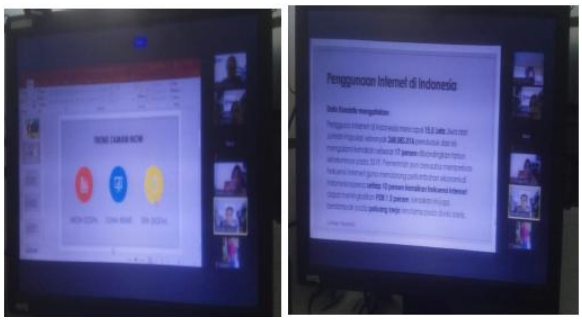
   Apakah Kewirausahaan? Inovator yang melakukan perubahan-perubahan di dalam pasar dengan membuat kombinasi-kombinasi baru dalam bentuk: 1).Memperkenalkan produk baru, 2).Memperkenalkan metoda produksi baru, 3).Membuka pasar yang baru, 4).Mendapat sumber pasokan baru dari bahan/komponen baru, 5).Menjalankan perusahaan baru pada suatu industry, 6).Mindset Gen-Z, 7).Digital Native, 8).Ponsel pintar, 9).Pergaulan luas, 10).Kreatif, 11).Inovatif dan 12).Enterpreneur

   Pekerjaan yang banyak diminati oleh Generasi gen-Z atau yang sering kita sebut pekerjaan milenial adalah: 1).Web Developer, 2).Content Creator, 3).Event Organizer, 4).Games Developer, 5).Animation Developer, 6).3D Specialist, 7).Digital Marketing, 8).Anti Hacking Programmer, 9).Social Media Management, 10).Lighting, Sound Specialist, 11).Travel and Food Blogger dan sejenisnya. Strategi penjualan Produk/Jasa adalah melalui Marketing. Marketing adalah kegiatan dan proses membuat, mempublikasikan, menyampaikan dan menpertukarkan tawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat secara umum. Cara pemasaran/penjualan dengan: 1). Retail yang berupa, gerai usaha, ruang usaha, dan pojok usaha, 2). Reseller, 3). Waralaba, 4). Lokbin/Loksem, yaitu toko atau pasar, 5). Toko Online, 6). Bazar/Pameran, 7). Ekspor

3. Perkembangan Dunia Usaha via Medsos

   Data tren media sosial dan internet pada tahun 2020 di Indonesia berdasarkan situs Hootsuite, menyebutkan bahwa total penduduk di Indonesia 272,1 juta, pengguna mobile unik 338,2 juta, pengguna internet 175,4 juta, medsos aktif 160 juta. Untuk platforms medsos yang paling aktif di Indonesia adalah pengguna Youtube sebanyak 88 %, whatsapp 84%, Facebook 82% dan istagram 79% dari seluruh penduduk Indonesia. Kendala bisnis adalah maraknya penipuan yang terjadi pada bisnis online. Pada UU Pasal 65, perihal bisnis online dan penipuan atas transaksi online yang diatur dalam 378 KUH serta pasal 45 ayat 2 UU ITE yang seharusnya sebagai Pemerintah mensosialisasikan dan memberikan sanksi tegas bagi para pelaku yang berbuat penipuan. Peran medsos sangat penting dimasa digital ini terutama bagi dunia bisnis. Manfaat yang dirasakan konsumen apa yang diinginkan dapat dengan mudah di akses oleh HP atau PC. Adanya tantangan menjalankan bisnis online yang seharusnya sudah bisa diatasi bersama. Para pelaku bisnis akhirnya dapat memanfaatkan platform medsos dalam melakukan promosi, perkenalkan produk dan menjalin relasi atau kepercayaan konsumen agar tercapai brand yang lebih baik.

 P-ISSN 2798-7469



Gambar 3
Pemateri sedang memberikan materinya

KESIMPULAN

1. Pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui webinar ini berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana yang diikuti oleh peserta didik dan tenaga pendidik di PKBM 21 Tebet.
2. Hasil pengabdian masyarakat ini yaitu dapat menumbuhkan pengetahuan, kemampuan, semangat motivasi dan keberanian dengan penuh kebahagiaan para guru dan dosen menghadapi segala rintangan dalam kehidupan bermasyarakat nantinya khususnyadalam pembelajaran kepada siswa siswinya.
3. Marketing adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan taawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum.
4. Kemasan sangat menggambarkan produk kita, berinvestasi pada packaging yang berkualias tinggi akan membuat konsumn merasa merka membeli sesuatu yang bernilai. Kalau konsumen menganggap produk kita berkualitas rendah hanya karena kemasan yang terlihat kurang bagus dan menarik, mereka tidak akan langsung membeli produk kita.
5. Peran media sosial menjadi sangat penting di era digitalisasi terutama bagi dunia bisnis, banyak manfaat yang dirasakan baik bagi para pelaku ataupun konsumen karena apa yang kita inginkan dapat dengan mudah di akses pada HP atau PC kita, tetapi tidak hanya manfaat yang kita rasakan tetapi ada juga tantangan dalam menjalankan bisnis online pada jaman ini yang seharusnya bisa diatasi bersama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada:

1. Direktur Politeknik LP3I Jakarta Akhwanul Akmal, S.P.,M.Si. yang telah memberikan dukungan kebijakan dan pengarahan dalam pelaksanaan PKM dan penyusunan laporan kegiatan ini
2. Kepala BPPM Politeknik LP3I Jakarta Sudirman, M.Pd.. yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini beserta tim dosen yang telah terjun bersama dalam melaksanakan kegiatan Pelatihan Pengembangan Kegiatan Kewirausahaan Pada Mata Pelajaran Prakarya dan Ekonomi Kreatif.
3. Pimpinan PKBM 21 Tebet ibu Dohaeni
4. Koordinator PKBM 21 Tebet yang telah mengikuti acara webinar ini serta memberikan masukan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan lancar.
5. Siswa dan Siswi PKBM 21 Tebet yang telah menyediakan waktu untuk belajar bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Gita Wirjawan,"Infinity Stone" Jagoan Indonesia - Sharlini Eriza Putri | Endgame S2E06

Miora S Prayogo1,, Listia Natadjaja2, , Mendy H. Malkisedek3, “Perancangan Logo Dan Kemasan Edisi Spesial Untuk Kelkenth Cake

Di Manado“, 123 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia, Email:mioraprayogo@yahoo.com

Studio, D. (2010, 10 12),“Logo dan brand ; Pengertian, fungsi, dan Perbedaannya.Retrieved 10 12, 2010, from desain studio:http://www.desainstudio.com/2010/10/logo-dan-brand-pengertian-fungsi-dan.html

Wahyono, B. (2012, 11 09). Pengertian brand image.Retrieved from Pendidikan ekonomi:http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html

Sumber Lain:

https://kumparan.com/agnesapatricia/tren-media-sosial-dalam-kemajuan-dunia-bisnis-di-era-digitalisasi-1vBbO2PttqV/full

https://www.youtube.com/channel/UCDaqDYhGmJdrlHr4h9LQ5uw

https://wearesocial.com/digital-2021

https://www.ama.org/events/webinar/the-power-of-social-video/