

COMMUNITY SERVICE INNOVATIVE AND CREATIVEPRENEURSHIP SMA PELANGI KASIH

Dewi Wuisan^{1,*}, Oscar Jayanagara²), Benny Aristo³), Erwin Tenggono⁴), Robertus Maria Bambang Gunawan⁵)

^{1,2,3,4,5})Universitas Pelita Harapan

*e-mail: dewi.wuisan@uph.edu

ABSTRAK

Inovasi dan kreativitas bukan lagi sekadar nilai tambah, melainkan menjadi komponen vital dalam strategi bertahan dan berkembangnya sebuah usaha. Kreativitas sangatlah dibutuhkan dalam menciptakan ide-ide produk yang dapat dikembangkan. Kreativitas dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola sumber daya yang ada. Inovasi yang baik dan menarik dapat menjadi suatu kekuatan dalam menjalankan suatu bisnis, karena dengan adanya ide atau inovasi yang baru, pelaku usaha dapat menciptakan pasar yang baru sehingga calon konsumen tertarik dengan produk atau jasa baru yang ditawarkan. Ketika pelaku usaha sering berinovasi dalam menciptakan produk baru, hal ini akan mendukung perkembangan usahanya. Sebaliknya, kurangnya inovasi dalam berwirausaha dapat menyulitkan proses pengembangan usaha. Remaja dalam memulai suatu bisnis perlu didukung dari aspek pendidikan melalui kegiatan di sekolah. Para murid banyak yang ingin melakukan inovasi dari produk yang sudah ada di pasar, namun murid perlu diarahkan lebih jelas supaya usaha yang mereka jalankan bisa *survive* dan menghasilkan profit yang maksimal.

Kata kunci : Kreativitas, Inovasi, Bisnis, Murid

1. Pendahuluan

Era digital telah mengubah wajah kewirausahaan secara signifikan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga menciptakan disrupsi terhadap model bisnis konvensional. Dalam konteks ini, inovasi dan kreativitas bukan lagi sekadar nilai tambah, melainkan menjadi komponen vital dalam strategi bertahan dan berkembangnya sebuah usaha. Keresahan banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang dirasakan saat ini sulitnya beradaptasi dengan perubahan digital. Hal ini membuat usaha menjadi gagal berkembang bukan karena kurangnya modal, melainkan karena kurangnya kemampuan berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar.

Dalam suatu usaha, kreativitas sangatlah dibutuhkan dalam menciptakan ide-ide produk yang dapat dikembangkan. Kreativitas dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan produk, serta membuka berbagai cara berinteraksi dengan pelanggan. Kreativitas juga membuka peluang untuk menciptakan nilai tambah dari produk yang dimiliki sehingga dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Dengan demikian, usaha yang berbasis kreativitas menjadi jalan untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Inovasi adalah suatu proses yang melibatkan kemampuan berpikir, keterampilan, dan sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk mewujudkan ide kreatif menjadi sesuatu yang baru, seperti produk, layanan, metode, proses, atau peluang. (Lestari et al., 2022). Inovasi dalam ruang lingkup yang luas mencakup hampir semua perkembangan baru di perusahaan. Inovasi dapat melibatkan pembuatan atau rekayasa ulang produk atau layanan untuk memenuhi permintaan pasar baru, memperkenalkan proses baru untuk meningkatkan produktivitas, mengembangkan atau menerapkan teknik pemasaran baru

untuk memperluas peluang penjualan, dan menggabungkan bentuk sistem dan teknik manajemen baru untuk meningkatkan efisiensi operasional. Inovasi yang baik dan menarik dapat menjadi suatu kekuatan dalam menjalankan suatu bisnis, karena dengan adanya ide atau inovasi yang baru, pelaku usaha dapat menciptakan pasar yang baru sehingga calon konsumen tertarik dengan produk atau jasa baru yang ditawarkan. Dalam dunia usaha yang kian kompetitif, perusahaan wajib mempunyai kemampuan bersaing yang kuat agar dapat terus bertahan dan bersaing dengan kompetitor lain terutama yang bergerak di bidang yang sama (Riany & Dahmiri, 2020).

Ketika pelaku usaha sering berinovasi dalam menciptakan produk baru, hal ini akan mendukung perkembangan usahanya. Sebaliknya, kurangnya inovasi dalam berwirausaha dapat menyulitkan proses pengembangan usaha (Trisnawati et al., 2019). Menurut (Rahmadi & Indrawijaya, 2024), Inovasi yang terjadi dapat terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pasar.

Masa muda terutama remaja antara usia 13 – 17 tahun yang masih duduk di bangku SMP dan SMA adalah masa dimana generasi muda berusaha mencari jati diri, mengenal, mencari tahu tentang hal hal yang baru bagi dirinya dan mulai menyenangi hal – hal tertentu. Kesenangan akan hal – hal tertentu seperti mencoba usaha kecil – kecilan akan menjadi ketrampilan bagi generasi muda untuk dapat melihat peluang usaha yang dapat dikembangkan di waktu yang akan datang. Pengetahuan, pengenalan, perencanaan, pelaksanaan dan pengembangan ide usaha menjadi sebuah hal yang diminati bagi generasi muda. Ide usaha jika dijalankan dan dikembangkan mengikuti proses – proses yang harus dijalani oleh pelaku usaha muda, maka jumlah pelaku usaha di Indonesia dapat terus bertumbuh dan berkembang dengan fondasi dan ketrampilan berwirausaha yang kuat.

Remaja dalam memulai suatu bisnis perlu didukung dari aspek pendidikan melalui kegiatan di sekolah. Di sekolah, guru harus bisa mendampingi remaja dalam mengeksplorasi kegiatan-kegiatan baru agar dapat mengembangkan kemampuan berpikir kreatif bagi remaja. Pengembangan kemampuan berpikir remaja juga perlu diarahkan untuk dapat menjalankan usaha sendiri menggunakan kreativitasnya (creativepreneurship). Menurut Aprillianita et al., (2020), dalam membentuk adanya jiwa kewirausahaan, maka perlu suatu upaya untuk peningkatan internalisasi soft skills dan menumbuhkan minat kewirausahaan.

Dalam rangka mengembangkan kemampuan soft skills dalam berwirausaha pada remaja di SMA Pelangi Kasih, maka Tim PKM Business School UPH akan mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan topik “Innovative and Creativepreneurship SMA Pelangi Kasih”. Adapun mitra pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah murid-murid dan guru-guru SMA Pelangi Kasih. Permasalahan yang dihadapi yaitu murid-murid masih minim mendapatkan edukasi mengenai inovasi dalam creativepreneurship. Banyak murid yang berani untuk memulai bisnis, namun baik guru maupun murid belum menguasai materi tentang creativepreneurship ini. Selain itu, murid-murid masih berfokus pada produk-produk konvensional dengan daya saing rendah, tanpa sentuhan inovasi yang bisa membedakan mereka di pasar yang kompetitif. Adapun murid yang ingin melakukan inovasi produk yang sudah ada di pasar, namun murid masih perlu diarahkan lebih jelas supaya inovasi yang diciptakan dapat menghasilkan keuntungan bagi usahanya.

2. Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), Tim PKM menyusun rencana untuk mengatasi masalah mitra dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

- Membangun komunikasi dengan mitra.
- Melakukan observasi dan analisa kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi mitra.
- Merencanakan topik yang menjadi solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra.
- Berdiskusi dengan mitra mengenai materi PKM yang akan disampaikan pada hari H.
- Membuat proposal kegiatan PKM.
- Menyiapkan pelaksanaan PKM.

2. Tahap Pelaksanaan

- Memberikan pemaparan tentang konsep dan prinsip dalam creativepreneurship
- Menjelaskan pentingnya inovasi dalam suatu usaha
- Menjelaskan pesaing dan strategi untuk menghadapi pesaing dalam menjalankan usaha
- Menjelaskan pentingnya membangun relasi yang baik dengan pihak lain maupun pesaing
- Mengajak murid-murid untuk brainstorming inovasi dalam suatu usaha
- Menerapkan pelatihan memulai suatu bisnis creativepreneurship pada murid-murid

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini mengusung judul “Innovative and Creativepreneurship SMA Pelangi Kasih” yang dilaksanakan di Universitas Pelita Harapan Gedung F Lantai 12 pada Kamis, 4 Desember 2025 pukul 09.00-12.00 WIB. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai creativepreneurship dan pelatihan creativepreneurship sebelum memulai bisnis. Dalam kegiatan PKM ini peserta yaitu murid-murid dari SMA Pelangi Kasih kelas XII. Selain edukasi, pelatihan juga diberikan kepada murid-murid agar dapat menuangkan kreativitasnya menjadi bisnis yang menguntungkan. Murid-murid dapat mengerti pentingnya inovasi dalam suatu bisnis, sehingga Murid SMA Pelangi Kasih diajarkan bagaimana memulai bisnis yang kreatif, mengelola sumber daya sehingga dapat menciptakan inovasi dan memberikan keuntungan bagi pemilik usaha tersebut.

Acara diawali dengan persiapan materi dan kehadiran para murid-murid SMA Pelangi Kasih. Pembukaan acara dilakukan dari Tim PKM Business School UPH yang diwakili oleh Ibu Dr. Dewi Wuisan selaku ketua Tim PKM yang bertugas pada saat itu. Selanjutnya, materi mengenai “Pengenalan Creativepreneurship dan cara Creativepreneur menciptakan inovatif dalam memulai usaha” dijelaskan oleh Bapak Dr. Oscar Jayanagara selaku pembicara dalam acara ini.



Gambar 3.1 Penjelasan materi oleh Bapak Dr. Oscar Jayanagara



Gambar 3.2 Penjelasan materi oleh Bapak Dr. Oscar Jayanagara

Setelah itu, para tim PKM mengadakan pelatihan mengenai Creativepreneurship, dimana peserta diminta untuk mencoba menggambarkan usaha apa yang diminati, lalu murid-murid melakukan brainstorming mengenai inovasi apa saja yang perlu dilakukan untuk membuat usaha nya semakin menarik di mata konsumen. Dalam usia yang remaja khususnya murid-murid SMA Pelangi Kasih ini sangat mudah untuk menciptakan kreativitas dalam suatu usaha. Tim PKM Business School UPH memberikan motivasi dan semangat kepada murid-murid supaya memiliki niat dan berani untuk memulai menjajaki suatu usaha. Di usia yang masih sangat muda, murid-murid tidak boleh mudah menyerah jika usaha mereka kalah bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Karena itu, dengan kegiatan PKM Innovative dan Creativepreneurship ini, murid-murid kembali diingatkan bahwa setiap mereka memiliki kreativitasnya masing-masing yang dapat dikembangkan menjadi

suatu inovasi dalam usaha mereka. Meskipun dalam dunia realita, setiap usaha akan menghadapi pesaing dan hambatannya, murid-murid SMA Pelangi Kasih diingatkan juga sebagai pelaku usaha harus bisa jeli melihat peluang dan mencari solusi yang tepat bagi usahanya masing-masing. Setelah selesai acara workshop dan tanya jawab, acara PKM pun ditutup oleh Ibu Dewi selaku ketua PKM dengan foto bersama murid-murid SMA Pelangi Kasih.



Gambar 3.3 Foto Bersama Tim PKM Business School UPH dengan Murid-Murid SMA Pelangi Kasih

4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan PKM Innovative and Creativepreneurship SMA Pelangi Kasih berlangsung dengan baik di Universitas Pelita Harapan. Kehadiran murid-murid SMA Pelangi Kasih berjumlah 23 orang dengan 2 guru pendamping dari SMA Pelangi Kasih. Setelah acara berlangsung, ada kuisioner yang dibagikan kepada peserta mengenai rangkaian kegiatan PKM yang sudah berlangsung. Kuisioner berisi tentang penilaian peserta terhadap materi yang disampaikan, hasilnya 96% sangat baik dan materi yang diberikan sesuai dengan analisa kebutuhan pada awal perencanaan kegiatan PKM. Dengan hasil kuisioner tersebut, maka kegiatan PKM ini akan memberikan berpengaruh positif kepada peserta dan terhadap keinginan para remaja untuk memulai menjadi entrepreneurship dan juga memanfaatkan media sosial mereka dalam era digital saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang
2. sudah memberikan kesempatan pada Tim PKM.
3. Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen
4. Yohana F. Cahya Palupi Meilani, S.P., M.Si *Head of Office Research and Publication*

5. Rekan-Rekan tim PKM yaitu Ibu Dewi Wuisan sebagai ketua Tim, Pak Oscar sebagai pembicara, Pak Benny dan Pak Erwin Tenggono.
6. Kori Adianto, sebagai Pihak SMA Pelangi Kasih.
7. Rekan rekan staff administrasi Business School UPH yang membantu mengenai administrasi kegiatan PKM.
8. Semua peserta kegiatan PKM dari SMA Pelangi Kasih yang sudah hadir saat acara berlangsung.
9. Semua yang membantu terselenggaranya PKM ini dan pembuatan artikel ini sampai bisa dipublish.

REFERENSI

- Achamadi, Rasenda, Rini, N., Ramadhani, N. E. (2025). Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan: Strategi Bertahan di Era Digital. *Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 1-8.
- Aprillianita, P. Y., Ahman, E., & Kodri, K. (2020). Internalisasi Soft Skills Dan Minat Kewirausahaan Dalam Pembentukan Jiwa Kewirausahaan. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 70–78. <https://doi.org/10.21067/Jrpe.V5i2.4578>
- Lestari, I., Agusti, M., & Ridwan, H. (2022). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Pasar Lama Tangerang. *NAWASENA :Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(3), 79–83. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i3.399>
- Rahmadi, A. R., & Indrawijaya, S. (2024). Pengaruh Inovasi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Dengan Kompetensi Pegawai Usaha Mikro Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 166–178. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.28365>
- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Trisnawati, A. Y., Utomo, S. W., & Styaningrum, F. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pengalaman Berwirausaha dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Madiun. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 247–256.
- Saputra, D. R., Syahyono, Siwi, D.A.I., Rosidin, K.Q. (2025). Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM Mie Ayam dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi. *eCo-Fin*, 7(2), 586-596.