

Manajemen Perencanaan Dalam Kewirausahaan di Kelurahan Kedaung, Ciputat

Reza Octovian*, Endang Susilo Wardani, Oki Iqbal Khair, Diana Riyana H, Nelwati Tanius
Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana, No. 1, Kec. Pamulang,
Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

*dosen01788@unpam.ac.id

Kata Kunci:
wirausaha;
kemasan produk;
umkm

Abstrak Wirausaha adalah upaya membangun usaha atau lapangan kerja secara mandiri dengan didasari inovasi dan kreativitas yang unik sehingga bisa menghasilkan keuntungan finansial. Dalam menjalankan kegiatan wirausaha, agar kegiatan wirausaha berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang maksimal maka diperlukan perencanaan. Suatu kegiatan usaha, merencanakan merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam proses pengembangan sebuah usaha. Salah satu bagian kegiatan dari perencanaan usaha yang akan dibahas dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dikhususkan dalam materi yang terkait dengan kemasan dari produk yang akan dijual ke konsumen. Pengemasan memiliki arti suatu sistem yang telah terkoordinasi dalam hal menyiapkan barang untuk disalurkan, pergudangan, logistik, pengguna akhir, dan penjualan. Artinya, pengemasan adalah suatu bentuk kegiatan untuk memberi wadah atau pembungkus suatu produk.

Keywords:
entrepreneurship;
packaging
product;
umkm

Abstract Entrepreneurship is an effort to build a business or employment independently based on unique innovation and creativity so that it can generate financial benefits. In carrying out entrepreneurial activities, so that entrepreneurial activities run well and get maximum results, planning is needed. A business activity, planning is a very important aspect in the process of developing a business. One part of the activities of business planning that will be discussed in community service activities, specifically in materials related to the packaging of products to be sold to consumers. Packaging means a coordinated system in terms of preparing goods for distribution, warehousing, logistics, end users, and sales. That is, packaging is a form of activity to provide a container or packaging for a product.

1. PENDAHULUAN

Wirausaha adalah upaya membangun usaha atau lapangan kerja secara mandiri dengan didasari inovasi dan kreativitas yang unik. Dengan demikian diharapkan bisa menghasilkan keuntungan dari sisi finansial. Wirausahawan cenderung berani menempuh risiko. Namun di balik semua itu terdapat potensi kesuksesan bisnis sebagaimana idenya yang orisinal belum memiliki pesaing.

Dalam menjalankan kegiatan wirausaha, agar kegiatannya dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang maksimal maka diperlukan suatu perencanaan. Dalam suatu kegiatan usaha, merencanakan merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam proses pengembangan sebuah usaha. Dengan perencanaan yang benar, maka dapat membantu seseorang wirausaha untuk menetapkan target jangka panjang dan jangka pendek dari bisnis baru yang diinginkan.

Salah satu bagian kegiatan dari perencanaan usaha yang akan dibahas dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), dikhususkan pada materi yang terkait dengan kemasan dari produk yang akan dijual ke konsumen. Pengemasan memiliki arti suatu sistem yang telah terkoordinasi dalam hal menyiapkan barang untuk disalurkan, pergudangan, logistik, pengguna akhir dan penjualan. Artinya, pengemasan adalah suatu bentuk kegiatan untuk memberi wadah atau pembungkus suatu produk.

Dalam proses pelaksanaannya, terdapat kegiatan melindungi, mengawetkan, mengangkut, memberikan informasi, dan menjual suatu produk. Untuk itu, tujuan utama dari memberikan kemasan pada produk adalah guna melindungi dan juga mencegah adanya kerusakan atas produk yang dijual. Sehingga tema yang diangkat dalam kegiatan PKM di Kelurahan Kedaung, Ciputat adalah **“Manajemen Perencanaan Dalam Kewirausahaan”**.

2. METODE

Dalam proses kegiatan PkM ini metodenya berupa seminar, di mana narasumber akan berinteraksi dengan para peserta. Dengan demikian semua yang hadir merasakan manfaat langsung dan mendapatkan wawasan alasan manfaat dari kemasan dan bagaimana membuat suatu kemasan agar menarik. Karena selain melindungi produk juga berfungsi sebagai wadah informasi dan promosi terkait dengan produk.

Pelaksanaan kegiatan PkM ini dilakukan dengan pemberian materi kepada peserta yang hadir di lokasi. Setelah penyampaian materi dilanjutkan sesi tanya jawab untuk memberikan tips terkait dengan permasalahan dan pertanyaan yang disampaikan oleh peserta.

3. HASIL dan PEMBAHASAN

Tujuan utama dari memberikan kemasan pada produk adalah guna melindungi dan juga mencegah adanya kerusakan atas produk yang dijual. Selain itu, kemasan juga berguna sebagai sarana informasi dan juga pemasaran yang baik dengan membuat suatu Kelurahanin kemasan yang kreatif. Sehingga terlihat lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen atau pelanggan.

Saat memberikan materi, disampaikan lebih detail mengenai fungsi Kemasan Produk sebagai berikut:

Fungsi Protektif Kemasan

Fungsi protektif dalam hal ini berfungsi sebagai sesuatu pelindung ataupun keamanan produk dari berbagai hal yang mampu merusak produk seperti cuaca, proses, dan pengiriman. Kemasan yang melindungi produk mampu mencegah atau meminimalisir adanya kerusakan dan risiko cacat yang mampu merugikan pihak pembeli atau penjual.

Fungsi Promosional Kemasan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, kemasan juga berfungsi sebagai alat promosi ataupun pemasaran. Hal bisa dilakukan dengan membuat bentuk kemasan yang menarik.

Di sisi lain, secara umum fungsi kemasan sebagai berikut:

- *Self Service*; kemasan produk bisa menegaskan ciri khas dari suatu produk yang dijual, sehingga setiap produk akan memiliki bentuk kemasan yang berbeda.

- *Consumer Affluence*; kemasan produk yang menarik terbukti mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dengan harga yang lebih mahal.
- *Company and Brand Image*; kemasan produk adalah *brand image* perusahaan, sehingga bisa dijadikan sebagai identitas perusahaan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat.
- *Innovation Opportunity*; kemasan produk yang inovatif mampu memberikan manfaat untuk konsumen dan mampu menguntungkan perusahaan.

Sasaran dalam kegiatan PkM pada kesempatan ini adalah memberikan manfaat bagi masyarakat Kelurahan Kedaung, Ciputat. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat langsung kepada masyarakat di lingkungan Kelurahan Kedaung, Ciputat dalam berwirausaha, khususnya yang perlu diperhatikan faktor dari kemasan produk tersebut. Karena fungsi dari kemasan tersebut selain sebagai perlindungan produk, kemasan juga dapat bermanfaat sebagai media informasi dan promosi dari produk. Dengan pengetahuan ini masyarakat Kelurahan Kedaung, Ciputat diharapkan menjadi lebih kreatif dalam merancang *packaging* dari produk yang dijualnya.

Salah satu pendapat ilmuwan terkait kemasan produk yakni Walter Soroka (1996), yang menyebutkan, “Kemasan produk adalah suatu sistem yang terkoordinasi dengan baik meliputi perencanaan, transportasi, pendistribusian, penjualan, dan pemasaran suatu produk”.

Dalam materi disampaikan motivasi kepada peserta kegiatan PkM yaitu masyarakat Kelurahan Kedaung, Ciputat dengan memberikan alasan mengapa dalam menjual suatu produk. Sebab kemasan dari produk dapat menghasilkan nilai tambah dari produk tersebut.

4. SIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat di Kelurahan Kedaung, Ciputat ini diharapkan dapat memberikan ide *design packaging* yang kreatif dengan semangat wirausaha. Sehingga produk yang dihasilkan lebih terlindungi.

Selain sebagai bagian dari promosi produk, juga diharapkan mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dengan harga yang lebih. Dengan demikian ekonomi masyarakat di Kelurahan Kedaung, Ciputat diharapkan semakin meningkat.

PENGHARGAAN

Pelaksanaan kegiatan PkM ini dapat terlaksana karena adanya dukungan dari Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Tim LPPM Universitas Pamulang, Tim dosen yang terlibat, dukungan dari mahasiswa Universitas Pamulang yang turut dalam pelaksanaan di lokasi serta Ketua RT dan masyarakat Kelurahan Kedaung Ciputat.

DAFTAR PUSTAKA

Alma. B, (2007). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.

Andriani, J., Wulansari, R., Sampurnaningsih, S. R., & Susanti, N. (2020).

MEMBENTUK ENTREPRENEUR GENERASI MUDA UNTUK MEMBANGUN PERCAYA DIRI DALAM MENGHADAPI TANTANGAN MASA DEPAN PADA YAYASAN ISHLAHUL HAYAT RUMAH YATIM & DHUAFA KELURAHAN BAMBU APUS KECAMATAN PAMULANG TANGERANG SELATAN. *JURNAL LOKABMAS KREATIF*, 1(3), 7-15.

- Ananda, A. D. (2018). *PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MALANG* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Azhar, S. (2008). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Usaha.
- Gerungan, W.A. (2007). *Psikologi Sosial : Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Eresco.
- Budiati, Y., Yani, T. E., & Universari, N. (2012). Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang). *Jurnal dinamika sosbud*, 14(1), 89-100.
- Denniswara, E. P. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Promosi terhadap Intensi membeli ulang produk My IDEAS. *Journal of Business Management*, 1(4).
- Husna, N., Yuhelmi, Y., & Trianita, M. (2015). Pengaruh Kepribadian dan Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Penerima Dana Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(3), 167-171.
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi labeling, packaging dan marketing produk hasil industri rumah tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *SOCIETY*, 6(1), 15-30.
- Kamil, M. (2007). *Pendidikan dan Pelatihan (Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh lingkungan keluarga, motivasi, dan kepribadian terhadap minat wirausaha melalui self efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100-109.
- Majdi, M. Z. (2012). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Internalisasi Nilai Kewirausahaan di Keluarga dan Motivasi Minat Berwirausaha. *Educatio*, 7(2), 1-15.

- Maryama, S., Yandri, P., & Istimal, I. (2018). Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Sembadha*, 1(1), 156-159.
- Rahmanita, F., Andriani, J., & Manik, C. D. (2020). Membangun Generasi Milenial yang Cinta Tanah Air Melalui Potensi Profesi dan Wirausaha. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(1), 25-36.
- Sudjana, D. (2004) Pendidikan Nonformal, Wawasan, Sejarah Perkembangan, Falsafah, Teori Pendukung, Asas. Bandung: Falah Production.
- Suryana. (2007). Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Winarto, (2004). First Step to Be An Entrepreneur. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yanti, P. E. D., Nuridja, I. M., & Dunia, I. K. (2014). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap berwirausaha siswa kelas xi smk negeri 1 singaraja. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesta.