

## MENUMBUHKAN JIWA *TECHNOPRENEURSHIP* GENERASI MUDA MELALUI PRODUK KREATIF DAN INOVATIF

Mu'aida Wijayanti<sup>a,\*</sup>, Cikita Berlian Hakim<sup>b</sup>, Mu'adzah<sup>c</sup>

<sup>abc</sup>Universitas Muhammadiyah Kudus. Jalan Ganesha No.1 Kudus. Indonesia

Email : [muaidawijayanti@umkudus.ac.id](mailto:muaidawijayanti@umkudus.ac.id)

---

### Abstrak

*Technopreneur* salah satu bagian dari perkembangan berwirausaha (*entrepreneur*) yang memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi berbasis teknologi. Dengan pengembangan *technopreneurship* dapat memberikan dampak baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan. Pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan pada para generasi muda khususnya remaja putri dan umum di desa Jepang kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Salah satu contoh produk kreatif dan inovatif yang dipilih sebagai pelatihan kewirausahaan adalah membuat aneka jenis buket yaitu buket bunga, buket uang, buket boneka dan buket snack. Kegiatan pelatihan membuat buket ini diikuti oleh lebih dari 40 generasi muda khususnya remaja putri selama 6 jam, dimana kegiatan awal adalah seminar kewirausahaan dari dosen Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Kudus, yang kemudian dilanjutkan praktek dan pelatihan pembuatan berbagai jenis buket. Hasil akhir dari kegiatan ini para generasi muda khususnya remaja putri yang mengikuti kegiatan ini dapat berkreasi sendiri mengembangkan bakat dan keterampilan dalam membuat berbagai jenis buket. Diharapkan para generasi muda tumbuh jiwa *technopreneurship* untuk menciptakan ide-ide, inovasi-inovasi baru berbagai produk kreatif yang memiliki nilai jual dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasarannya.

**Kata Kunci:** Technopreneurship, Produk Kreatif dan inovatif

### Abstract

*Technopreneur* is a part of entrepreneurial development which provides an overview of entrepreneurship using technology-based innovation. With the development of *technopreneurship*, it can have an impact both economically, socially and environmentally. This community service is carried out among the younger generation, especially young women and the general public in the Japanese village of Mejobo sub-district, Kudus Regency. One example of a creative and innovative product chosen for entrepreneurship training is making various types of bouquets, namely flower bouquets, money bouquets, doll bouquets and snack bouquets. This bouquet making training activity was attended by more than 40 young people, especially young women, for 6 hours, where the initial activity was an entrepreneurship seminar from Industrial Engineering lecturers at Muhammadiyah University of Kudus, which was then continued with practice and training in making various types of bouquets. The end result of this activity is that the younger generation, especially young women who take part in this activity, can be creative themselves, develop their talents and skills in making various types of bouquets. It is hoped that the younger generation will develop a *technopreneurship* spirit to create new ideas and innovations, various creative products that have selling value by utilizing digital technology in marketing.

**Keywords:** Technopreneurship, Innovative product

---

### I. PENDAHULUAN

Seiring dengan kebijakan pemerintah sedang mengembangkan inisiatif kewirausahaan dengan tujuan mendorong pertumbuhan wirausaha baru, khususnya di kalangan wirausaha muda maka diperlukan peran aktif dari para akademisi, dosen dan

mahasiswa dalam mendukung program kewirausahaan secara nasional. Untuk itu, dosen Universitas Muhammadiyah Kudus melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertemakan “menumbuhkan jiwa *technopreneurship* generasi muda melalui produk kreatif dan inovatif”.

Desa Jepang kecamatan Mejobo kabupaten Kudus terletak sangat strategis, berada 3 km sebelah timur dari pusat kota Kudus yang didukung dengan fasilitas relatif lengkap seperti dua pasar tradisional, sekolah, puskesmas, bank, dan dekat area perkantoran pemerintah daerah. Desa Jepang dengan karakteristik masyarakat yang majemuk karena banyak penduduk pendatang ini menjadi peluang bisnis rumahan yang sangat potensial. Melihat dari segi fasilitas pendidikan, mulai dari jenjang pendidikan PAUD, TK, SD/MI, SMP/MTS, SMA dan Perguruan Tinggi semua tersedia di desa Jepang. Peluang bisnis yang paling tepat dan memungkinkan untuk dikembangkan oleh generasi muda khususnya remaja putri adalah buket yang identik hadiah wisuda sekolah.

Perkembangan teknologi digital khususnya Hp memberikan manfaat dalam banyak hal, untuk kemudahan dalam mendukung setiap aktivitas termasuk memberikan peluang bisnis. Disamping juga memberikan kekhawatiran bagi sebagian besar orang tua yang sulit mengontrol anak-anaknya dalam pemakaian Hp. Untuk itu sebagian besar orang tua di desa Jepang sangat mengharapkan supaya anak-anak yang sudah menginjak remaja dapat mempunyai kegiatan yang positif untuk mengurangi penggunaan Hp. Hampir semua generasi muda memiliki Hp dan untuk mengisi waktu luang yang bermanfaat setelah sekolah dan pada waktu libur dengan mempunyai ketrampilan yang mudah dan yang sesuai dengan lingkungannya. Desa Jepang dari dahulu sangat terkenal dengan produk kreatif yaitu anyaman yang terbuat dari bambu. Sehingga yang paling cocok untuk pelatihan ketrampilan generasi muda khususnya remaja putri adalah produk kreatif dan salah satunya adalah buket dengan berbagai jenis. Hal ini sangat didukung oleh lingkungan desa Jepang yang banyak fasilitas pendidikan mulai dari jenjang SD/MI sampai perguruan tinggi.

Buket memiliki berbagai jenis atau varian sebagai inovasinya seperti buket bunga, buket makanan, buket uang, buket boneka, buket hijab dan masih banyak lagi. Buket merupakan bentuk hadiah unik yang sedang viral di era milenial dan banyak disukai di

kalangan masyarakat. Sebagai contoh yang paling banyak adalah digunakan sebagai hadiah pada saat wisuda atau kelulusan sekolah, ulang tahun dan untuk sesuatu yang spesial lainnya. Dengan banyaknya fasilitas pendidikan di desa Jepang ini, diharapkan memberikan peluang untuk pemasaran berbagai jenis buket pada saat kelulusan sekolah. Disamping dapat juga dipesan dan dipasarkan melalui media sosial internet sehingga peluang pasarnya lebih luas lagi tidak hanya di desa Jepang, kota Kudus dan sekitarnya yang dapat di *delivery* melalui jasa pengiriman.

Proses globalisasi dan digitalisasi yang terjadi sekarang ini, menuntut perubahan perekonomian Indonesia dari *resources based* ke *knowledge based*. *Resources based* yang mengandalkan kekayaan dan keseragaman sumberdaya alam umumnya menghasilkan komoditi dasar dengan nilai tambah yang kecil. Salah satu penciptaan *knowledge based economy* adalah *technology entrepreneur* yang merintis bisnis baru yang mengandalkan inovasi (Liu 2018).

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa *technopreneurship* generasi muda di desa Jepang Mejobo Kudus, *Sharing* pengetahuan tentang *entrepreneur* dan produk-produk kreatif, serta memberikan pelatihan salah satu contoh produk kreatif dan inovatif kekinian; buket dan inovasinya.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Motivasi

Motivasi merupakan pendorong utama bagi seorang wirausaha dalam mencapai tujuannya. KBBI mendefinisikan motivasi sebagai dorongan sadar atau tidak sadar yang mendorong seseorang untuk bertindak dengan suatu tujuan. Secara etimologis, motivasi berasal dari kata Latin "movere," yang berarti dorongan atau daya penggerak. Dalam konteks ini, motivasi berarti memberikan dorongan kepada diri sendiri atau orang lain untuk mengambil tindakan yang diinginkan, dengan tujuan mencapai kepuasan atau target tertentu.

McClelland mengidentifikasi enam aspek kunci dalam motivasi berprestasi.

Pertama, individu yang termotivasi tinggi akan bertanggung jawab terhadap tugasnya, dengan tekun berusaha hingga berhasil diselesaikan.

Kedua, mereka akan mempertimbangkan risiko sebelum memulai suatu tugas yang menantang namun dapat diatasi.

Ketiga, umpan balik dianggap sangat berharga bagi mereka, karena dianggap sebagai sarana perbaikan untuk hasil kerja di masa depan.

Keempat, individu yang termotivasi tinggi cenderung kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan tugas, mencari cara baru yang efektif dan efisien.

Kelima, mereka berusaha menyelesaikan setiap tugas dengan cepat, mencerminkan kebutuhan berprestasi yang tinggi.

Keenam, mereka memiliki keinginan kuat untuk menjadi yang terbaik dalam pekerjaan mereka, dengan tujuan meraih predikat terbaik.

Pengembangan jiwa *entrepreneurship* memerlukan upaya banyak pihak, khususnya diri sendiri. Pengetahuan baru dalam mengembangkan jiwa *entrepreneurship* yang benar membuat hilangnya keraguan dan ketakutan yang muncul dalam memulai usaha (Gorib and Asbaruna 2022).

## **B. Entrepreneur, Entrepreneurship dan Technopreneurship**

Dalam teori ekonomi, *entrepreneurship* (kewirausahaan) dianggap sebagai faktor produksi keempat setelah modal, tenaga kerja dan tanah. Istilah *entrepreneurship* berasal dari bahasa Perancis “*entreprendre*” yang artinya melakukan sesuatu yang baru, berkreasi dan berinovasi tanpa benar-benar yakin dengan hasil akhirnya. Kewirausahaan merupakan konsep yang multidimensi. Hal ini membuat para peneliti memberikan konsep dalam perspektif yang berbeda-beda. Konsep-konsep mengenai kewirausahaan terus berkembang. Pada abad pertengahan kewirausahaan merujuk kepada kemampuan Individu dalam mengelola proyek produksi yang besar (Padilla dan Cachanosky, 2016). Pada abad ke 17 mulai memperhitungkan

risiko, Richard Cantillon mengemukakan bahwa *entrepreneur* sebagai pengambil risiko yang dapat membeli produk dengan harga tertentu dan menjualnya dengan harga berbeda tetapi tidak pasti. Kemudian pada abad 18 *entrepreneur* dipandang sebagai kapitalis (Rahatullah Khan, 2013). Perspektif ini berkembang lagi pada abad 19 dan 20 bahwa kewirausahaan dipandang sebagai perspektif ekonomi yang tidak terpisah dari manajemen.

Dengan demikian, *entrepreneur* diidentifikasi sebagai individu yang menjalankan dan mengelola bisnis untuk keuntungan pribadi dan orang yang membayar harga bahan yang digunakan oleh perusahaan termasuk untuk penggunaan tanah dan modal serta untuk layanan pribadi yang digunakan *entrepreneur* juga dipandang sebagai orang yang dapat menyumbangkan inisiatif pribadi, kecerdikan dan keterampilan dalam merencanakan, mengelola dan mengatur perusahaan. Individu ini dapat mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian akibat keadaan yang tidak terkendali dan tidak terduga (Bridge, 2017). Sedangkan pada abad 20, inovasi mulai ditambahkan dalam *entrepreneurship*. Baron dan Henry memandang *entrepreneurship* yang mengacu pada individu yang memanfaatkan kualitas dirinya, termasuk pengambilan risiko, inovasi, kreatifitas dan kemampuan untuk mengelola dan merencanakan kegiatan untuk mengimplementasikan ide-ide dengan tujuan memenuhi tujuan tertentu.

Beberapa definisi wirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. KBBI menyamakan pengertian wirausaha dengan wiraswasta, yaitu seseorang yang memiliki keahlian dalam mengenali produk baru, menentukan metode produksi baru, merencanakan operasi pengadaan produk baru, memasarkannya, dan mengelola permodalan operasionalnya.

b. Wirausaha dianggap sebagai pelaku utama dalam pembangunan ekonomi, berfungsi sebagai pengusung inovasi atau kombinasi baru untuk menciptakan inovasi.

c. Wirausaha didefinisikan sebagai individu yang terlibat dalam proses yang

disebut *creative destruction*, yaitu menghancurkan secara kreatif untuk menciptakan nilai tambah dan menghasilkan nilai yang lebih tinggi, dengan kreativitas sebagai inti keterampilan wirausaha.

d. Wirausaha adalah seseorang yang berani menciptakan usaha, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain.

e. Menurut Richard Cantillon, wirausaha adalah inovator dan individu yang mengembangkan sesuatu yang unik dan baru.

f. J.B Say menyatakan bahwa wirausaha adalah pengusaha yang dapat mengelola sumber daya secara ekonomis dan meningkatkan tingkat produktivitas dari rendah menjadi tinggi.

g. Dan Stein dan John F. Burgess (mendefinisikan wirausaha sebagai individu yang mengelola, mengorganisir, dan bersedia mengambil risiko untuk menciptakan peluang usaha dan usaha baru.

h. Schumpeter (dalam Bygrave, 1996) menggambarkan wirausaha sebagai seseorang yang mengidentifikasi peluang dan membentuk organisasi untuk mengejar peluang tersebut.

i. Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz mendefinisikan wirausaha sebagai inovator yang mampu mengubah peluang menjadi ide yang dapat dijual, memberikan nilai tambah melalui upaya, waktu, biaya, dan keterampilan, dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Secara umum, kewirausahaan adalah suatu proses yang melibatkan pembuatan sesuatu yang baru, kreatif, dan inovatif, dengan tujuan memberikan nilai tambah. Dalam konteks ini, kewirausahaan juga dipandang sebagai kemampuan manajer risiko dalam mengoptimalkan segala jenis sumber daya yang tersedia, termasuk bahan baku, kecerdasan, waktu, dan kreativitas, untuk menghasilkan produk atau usaha yang bermanfaat, baik bagi dirinya maupun orang lain. Minat terhadap kewirausahaan muncul karena adanya imbalance dalam tiga kategori utama: keuntungan finansial, kebebasan, dan kepuasan hidup, serta kemampuan untuk menciptakan terobosan baru yang belum dilakukan oleh orang lain.

Menurut Joko Untoro (2012), kewirausahaan adalah keberanian seseorang untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidup, dengan memanfaatkan potensi yang dimilikinya untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Dalam buku "*Entrepreneurial Finance*" karya J. Leach dan Ronald Melicher (2009), kewirausahaan didefinisikan sebagai proses mengubah ide menjadi peluang komersial dan menciptakan nilai. Dalam buku "*Entrepreneurship: Determinant and Policy in European-US Comparison*," kewirausahaan diartikan sebagai proses dalam mempersepsikan, menciptakan, dan mengejar peluang ekonomi. Namun, sulit untuk mengukur proses kewirausahaan itu sendiri.

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* dapat dianggap sebagai usaha kreatif yang berfokus pada inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, memberikan nilai tambah, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya bermanfaat bagi orang lain. Drucker (1959) memahami kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sudomo mendefinisikan kewirausahaan sebagai hal yang penting bagi seorang wirausaha yang bekerja keras, berkorban, dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan ide-ide mereka.

Sanusi melihat kewirausahaan sebagai nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang menjadi sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis. Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan menemukan peluang guna memperbaiki kehidupan bisnis. Prawiro memahami kewirausahaan sebagai nilai yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha.

Untuk memupuk semangat kewirausahaan, beberapa langkah diperlukan, yakni:

1. *Internalization* (Internalisasi): Tahap ini melibatkan penanaman jiwa kewirausahaan melalui konstruksi pengetahuan tentang aspek kewirausahaan dan pemahaman

mendalam terhadap pentingnya kewirausahaan dalam dunia usaha. Fokus pada tahap ini lebih pada penguatan pengetahuan mengenai kewirausahaan dan pengenalan akan urgensinya.

2. *Paradigm Alteration* (Perubahan Paradigma Umum): Mengubah pola pikir menjadi pragmatis dan segera memberikan pemahaman bahwa keberadaan unit usaha nyata sangat penting untuk merangsang perkembangan ekonomi negara, dan jiwa kewirausahaan memiliki peran krusial dalam membangun usaha tersebut.

3. *Spirit Initiation* (Inisiasi Semangat): Setelah pengetahuan dan paradigma terbentuk, diperlukan inisiasi semangat untuk mengkatalisasi pembangunan unit usaha. Inisiasi ini melibatkan bantuan berupa modal awal dan pemantauan berkelanjutan.

4. *Competition* (Persaingan): Bisnis selalu terlibat dalam persaingan, di mana pesaing bersaing dalam menyajikan nilai tambah dan produk baru. Wirausahawan harus selalu siap menghadapi kompetisi agar tidak tertinggal, sehingga kreativitas dan inovasi menjadi sangat penting.

Konsep *Technopreneurship* mencakup kemampuan seseorang dalam mengembangkan jiwa wirausaha dengan memanfaatkan teknologi, baik dalam proses produksi maupun pemasaran, sesuai dengan kompetensi keahlian masing-masing. "*Technopreneurship*" merupakan gabungan dari kata "*Technology*" dan "*Entrepreneurship*," yang dapat diartikan sebagai suatu proses di mana bidang usaha dan penerapan teknologi bekerjasama dan membentuk dasar dari suatu usaha. Proses ini mencakup aspek-aspek seperti proses, sistem, pihak yang terlibat, dan produk yang dihasilkan. Seorang "*technopreneur*" adalah seseorang yang terlibat dalam *technopreneurship*, yaitu individu yang menjalankan usaha dengan semangat kewirausahaan, memasarkan, dan mengoptimalkan teknologi sebagai nilai tambahnya (Satrio 2018).

### C. Generasi Muda

Perkembangan ekonomi kreatif tidak dapat terlepas dari generasi muda sebagai gudang kreativitas. Generasi muda adalah sumber daya produktif yang penuh dengan ide kreatif. Hal ini perlu dimotivasi sehingga menumbuhkan jiwa *technopreneurship* mengingat generasi muda sangat aktif, di era teknologi digital ini dapat memanfaatkan HP yang dimiliki untuk digunakan hal-hal yang bersifat produktif. Semakin banyak anak muda yang tertarik menjadi *entrepreneur*, semakin banyak produktifitas dari kreatifitas yang dihasilkan. Sebagai seorang *entrepreneurship* tentu harus memiliki kemampuan memasarkan. Keahlian tersebut, tentu tidak didapat datang dengan sendirinya, diperlukan pengetahuan dan pengalaman. Semakin sering kegiatan dilakukan, akan semakin membentuk suatu kemampuannya, seperti kemampuan berpikir kreatif sehingga bisa menciptakan banyak ide yang bisa menjadi peluang ekonomi, kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga memikat hati pelanggan, kemampuan dalam hal teknologi sehingga dapat menjangkau konsumen dari berbagai tempat, dan sebagainya. Menjadi seorang *entrepreneurship* juga harus memiliki banyak kemampuan, minimal dapat menghasilkan sebuah produk dan dapat menjual produk kepada pelanggan, dan dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan. (Gorib and Asbaruna 2022).

Ekonomi kreatif merujuk pada sektor ekonomi yang menggunakan keahlian kreatif, kecerdasan manusia, dan bakat artistik untuk menghasilkan nilai ekonomi. Berikut adalah beberapa cara di mana generasi muda berkontribusi pada perkembangan ekonomi kreatif:

**Inovasi dan Kreativitas:** Generasi muda sering kali memiliki pandangan yang inovatif dan ide-ide kreatif yang dapat membentuk dan memperkaya sektor ekonomi kreatif. Mereka membawa keberanian untuk mencoba hal-hal baru dan menggabungkan elemen-elemen yang berbeda untuk menciptakan produk, layanan, atau konten yang unik.

**Teknologi dan Digitalisasi:** Generasi muda cenderung terampil dalam teknologi dan memiliki pemahaman yang kuat tentang tren digital. Hal ini berdampak positif pada kemajuan industri kreatif yang semakin mengandalkan platform digital. Mereka dapat menciptakan konten digital, merancang aplikasi, atau menggunakan teknologi untuk mendukung distribusi produk kreatif.

**Entrepreneurship dan Start-up:** Banyak generasi muda tertarik pada wirausaha dan pengembangan bisnis start-up. Mereka mungkin mendirikan perusahaan kreatif mereka sendiri atau berkontribusi pada ekosistem start-up yang berkembang. Kreativitas dalam pendekatan bisnis dapat menghasilkan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.

**Budaya Populer dan Hiburan:** Generasi muda sering terlibat dalam produksi konten budaya populer, termasuk film, musik, game, dan seni visual. Hal ini memberikan dorongan besar pada industri hiburan dan seni. Kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tren budaya dan memahami selera pasar dapat menghasilkan produk atau layanan yang diminati oleh khalayak luas.

**Pendidikan dan Pelatihan Kreatif:** Meningkatnya akses ke pendidikan tinggi di bidang seni, desain, dan bidang kreatif lainnya, generasi muda memiliki peluang untuk mengasah keterampilan mereka dan mengembangkan bakat. Pendidikan yang berkualitas dapat menciptakan sumber daya manusia yang kompeten dan berdaya saing tinggi di sektor ekonomi kreatif.

**Kolaborasi Antar-Industri:** Generasi muda cenderung terbuka terhadap kolaborasi lintas industri. Mereka mungkin bekerja sama dengan profesional dari berbagai latar belakang untuk menciptakan proyek-proyek yang inovatif dan multisektor. Keterbukaan terhadap kolaborasi dapat merangsang penciptaan produk atau layanan yang lebih kompleks dan beragam.

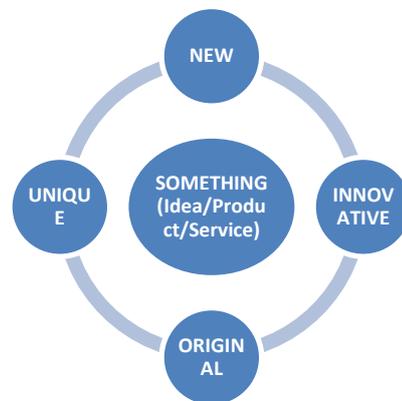
**Berperan dalam Pengembangan Komunitas Lokal:** Aktivitas ekonomi kreatif yang dilakukan oleh generasi muda dapat berkontribusi pada pengembangan komunitas lokal. Misalnya, perusahaan kreatif lokal dapat menjadi pendorong

pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

Peran generasi muda dalam ekonomi kreatif menciptakan kesempatan untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, memajukan budaya, dan meningkatkan daya saing global suatu negara atau wilayah. Dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dapat memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif oleh generasi muda.

#### D. Kreativitas dan Inovasi

Kewirausahaan memiliki dua unsur utama yaitu kreatif dan inovatif (Suryana & Bayu, 2012). Suryana (2003) menyatakan bahwa kreativitas adalah “Berpikir sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”. Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Karakteristik kreativitas adalah sesuatu yang baru, inovatif, orisinal, dan unik (Bujor and Avasilcai 2016).



Gambar 1. Karakteristik Kreativitas

Berikut adalah beberapa cara kreativitas berkontribusi dalam kewirausahaan:

**Pengidentifikasian Peluang Baru:**

Kreativitas membantu pengusaha melihat peluang di tempat-tempat yang mungkin terlewatkan oleh orang lain. Kemampuan untuk berpikir di luar kotak memungkinkan pengusaha mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi atau menciptakan produk atau layanan yang belum ada sebelumnya.

**Inovasi Produk dan Layanan:** Kreativitas memacu inovasi dalam pengembangan produk dan layanan. Pengusaha yang kreatif dapat menghadirkan ide-ide baru yang memberikan nilai tambah dan membedakan mereka dari pesaing.

Inovasi dapat melibatkan peningkatan produk yang sudah ada, pengembangan produk baru, atau penggabungan teknologi baru untuk menciptakan solusi yang lebih efisien.

**Penyelesaian Masalah:** Kreativitas membantu pengusaha mengatasi tantangan dan menemukan solusi untuk masalah yang kompleks.

Pendekatan kreatif memungkinkan pengusaha untuk melihat masalah dari berbagai sudut pandang, membuka ruang untuk solusi yang lebih efektif dan inovatif.

**Pengembangan Model Bisnis:** Kreativitas berperan penting dalam merancang model bisnis yang inovatif. Ini termasuk cara pengusaha menghasilkan, menyampaikan, dan menangkap nilai.

Pengusaha kreatif dapat menciptakan model bisnis yang mengubah paradigma atau menciptakan keunggulan kompetitif yang berbeda.

**Pemasaran dan Branding:** Kreativitas sangat penting dalam pemasaran dan branding. Pengusaha yang kreatif dapat mengembangkan strategi pemasaran yang menarik perhatian dan membangun citra merek yang kuat.

Pemikiran kreatif dalam pengemasan, promosi, dan presentasi produk dapat memberikan dampak besar pada daya tarik pasar.

**Kolaborasi dan Jaringan:** Kreativitas membuka peluang untuk kolaborasi lintas

industri atau pengembangan jaringan bisnis yang kuat.

Pengusaha yang kreatif dapat membangun kemitraan yang saling menguntungkan, memperluas cakupan pasar, dan meningkatkan akses ke sumber daya.

**Fleksibilitas dan Adaptabilitas:** Kreativitas memfasilitasi fleksibilitas dan adaptabilitas dalam dunia bisnis yang berubah cepat. Pengusaha yang kreatif dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar atau teknologi.

Kemampuan untuk beradaptasi secara kreatif membantu pengusaha tetap relevan dan bersaing.

**Pengembangan Budaya Perusahaan:** Kreativitas dapat membentuk budaya perusahaan yang inovatif dan berdaya saing.

Pengusaha yang mendorong kreativitas di antara timnya dapat menciptakan lingkungan kerja yang menginspirasi, memotivasi, dan menghasilkan ide-ide baru.

### III. METODE PENGABDIAN

Program pengabdian kepada masyarakat dengan tema “menumbuhkan jiwa technopreneurship generasi muda melalui produk yang kreatif dan inovatif” ini, metode yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan pelatihan membuat berbagai jenis buket yaitu terdiri dari:

#### 1. Tahap Pendekatan Persuasif/Persiapan

Proses awal pelaksanaan dari kegiatan ini adalah mencari dan menggali informasi sebanyak banyaknya mengenai permasalahan dan kebutuhan dari masyarakat desa Jepang kecamatan Mejobo kabupaten Kudus.

Pada tahap pendekatan ini terdapat beberapa hal yang dilakukan yaitu

- a. Survei dan analisa situasi desa Jepang yang ditargetkan menjadi lokasi pelatihan guna mengetahui permasalahan dan kebutuhan sasaran pelatihan.
- b. Melakukan koordinasi rencana jadwal kegiatan pelatihan kepada sasaran yang akan berlangsung selama 6 jam yang dibagi kedalam beberapa tahapan pelaksanaan.

- c. Melakukan koordinasi dengan kepala desa, badan desa, kader, ketua organisasi remaja (IPPNU) selaku sasaran pelaksanaan dan pihak yang terkait yang mendukung terlaksananya program ini.
- d. Tahap selanjutnya adalah kegiatan penyusunan materi, persiapan alat dan bahan kegiatan.

2. Metode Ceramah

Dalam kegiatan ini, diawali dengan ceramah untuk penyampaian teori mengenai konsep dasar entrepreneur, entrepreneurship dan contoh-contoh produk kreatif. Kemudian dilanjutkan dengan penjelasan bagaimana melakukan pemasaran produk-produk kreatif. Dan terakhir sesi tanya jawab dari peserta. Diharapkan semua peserta memahami dan termotivasi untuk berani memulai dengan segera mengaplikasikan ide-ide kreatifnya setelah mendengarkan penjelasan mengenai entrepreneur, entrepreneurship dan produk kreatif.

3. Metode Praktek Pelatihan.

Dalam kegiatan praktek pelatihan ini adalah membuat salah satu contoh produk kreatif yaitu membuat berbagai jenis buket; buket bunga, buket makanan, buket uang dan buket boneka. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 42 orang remaja putri yang dibagi menjadi 6 kelompok. Masing-masing kelompok terdiri dari 7 orang remaja putri, dengan membuat 1 buket. Untuk masing-masing kelompok membuat jenis buket yang berbeda dengan kelompok lainnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM telah berjalan tanpa hambatan dan dilaksanakan pada tanggal 20 November 2022 yang diikuti 42 peserta, dengan profil peserta yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Peserta

No	Jumlah Peserta	Latar belakang Keluarga	Persentase
1.	13	Memiliki usaha	31%
2.	29	Tidak memiliki usaha	69%
Total	42		100%

Dari tabel diketahui sebanyak 69% peserta tidak memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha, sedangkan 31% nya berasal dari keluarga yang memiliki usaha termasuk berdagang. Dari hasil pengabdian, didapat beberapa hal menarik tentang *technopreneurship* pada kalangan generasi muda, bahwa setelah mengikuti seminar mendengarkan pemaparan mengenai *technopreneurship*, peserta yang memiliki latar belakang usaha maupun tidak, sangat tertarik untuk menjadi *entrepreneur*. Hal ini terbukti ketika diminta angkat tangan 98% berminat menjadi *entrepreneur*.

Kemudian dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan membuat berbagai jenis buket semua peserta dapat membuat dengan baik meskipun belum sempurna karena sebagian besar peserta baru pertama kali praktek membuat buket. Rata-rata waktu penyelesaian dalam membuat satu buket adalah 30 menit sampai 1 jam tergantung dari bahan, jenis dan besar kecilnya buket. Dikarenakan masih pemula belum terampil dalam membuat satu jenis buket memerlukan waktu antara 1 sampai lebih dari 2 jam.

Tabel 2. Ketrampilan (*Skill*) Peserta.

No	Jumlah Peserta	<i>Skill</i> Sebelum Pelatihan					<i>Skill</i> Sesudah Pelatihan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		1	2			√					
2	5		√							√	
3	35	√								√	
Total	42										

Pada tabel 2 menunjukkan kemampuan ketrampilan yang dimiliki peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Terdapat 2 orang peserta yang sebelum pelatihan sudah pernah membuat sekali tetapi hasilnya tidak rapi dan waktunya lama, setelah mengikuti pelatihan ini hasilnya sangat memuaskan buketnya rapi dan lebih cepat dari peserta lainnya. Sebanyak 40 peserta setelah mengikuti pelatihan hasilnya memuaskan, buketnya rapi tetapi waktunya agak lama walaupun belum sempurna dikarenakan 35 peserta baru pertama kali membuat buket, dan 5 peserta pernah membantu orang

membuat buket tetapi belum pernah membuat sendiri.

Diagram di bawah ini mengilustrasikan rangkaian proses pelaksanaan kegiatan PKM Universitas Muhammadiyah Kudus di desa Jepang kecamatan Mejobo kabupaten Kudus: Hasil harus jelas dan ringkas. Diskusi harus mengeksplorasi signifikansi dari hasil Pengabdian, tidak mengulanginya lagi. Hindari kutipan luas dan diskusi Pengabdian yang sudah pernah di terbitkan.



**Gambar 2.** Alur kegiatan pelaksanaan PKM

Tahap awal pelaksanaan kegiatan melibatkan kegiatan survei, yang merupakan proses untuk memperoleh informasi dengan melakukan tanya jawab langsung oleh tim PKM kepada pihak-pihak terkait di masyarakat, seperti kader, bidan desa, dan ketua kegiatan organisasi remaja (IPPNU).

Tahap selanjutnya melibatkan diskusi dan koordinasi dengan mitra/sasaran pelatihan untuk membahas pelatihan produk kreatif yang dipilih oleh peserta dan menyusun jadwal kegiatan yang tidak mengganggu kegiatan pribadi lainnya, seperti sekolah/kuliah dan les/kursus.

Pada tahap ketiga, tim PKM melakukan studi literatur dari berbagai sumber yang relevan mengenai topik wirausaha dan kewirausahaan, terutama yang berkaitan dengan industri atau ekonomi kreatif serta produk kreatif.

Tahap keempat melibatkan penyusunan rencana untuk seminar dan workshop. Seminar diarahkan untuk memperkenalkan

konsep wirausaha dan kewirausahaan, serta memberikan contoh produk kreatif kepada remaja putri desa Jepang. Selain itu, peserta juga diberi pengetahuan mengenai produk-produk kreatif yang sedang populer di masyarakat. Pada tahap ini, tim PKM menyusun materi yang akan disampaikan kepada remaja putri desa Jepang.

Tahap kelima adalah pelaksanaan kegiatan PKM. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan seminar dan dilanjutkan dengan pelatihan keterampilan membuat produk buket. Mengenai waktu pelaksanaan kegiatan sesuai dengan kesepakatan dengan mitra/sasaran yaitu 20 November 2022 bertepatan dengan hari minggu, libur sekolah dan minggu terakhir sebelum ujian akhir semester sekolah/kuliah.

Sebelum pelatihan dimulai, langkah awal kegiatan ini adalah memperkenalkan alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan buket, dimana alat dan bahan yang digunakan sudah dipersiapkan sebelumnya untuk mempercepat pelatihan. Alat dan bahan cukup mudah didapatkan dan harganya terjangkau bisa dibeli ditoko-toko khusus bahan buket dan kado maupun dibeli di online shop.

Alat dan bahan yang harus disiapkan untuk membuat buket:



#### **Alat-Alat:**

- ⦿ Penggaris
- ⦿ Gunting
- ⦿ Cutter
- ⦿ Alat lem tembak
- ⦿ Stan card
- ⦿ Tang
- ⦿ Selotip bening



**Bahan-bahan:**

- ⦿ Kertas cellophane
- ⦿ Busa
- ⦿ Tusuk sate
- ⦿ Lem tembak
- ⦿ Pita
- ⦿ Bunga
- ⦿ Boneka
- ⦿ Makanan ringan (snack)
- ⦿ Uang mainan
- ⦿ Kardus bekas

Langkah-langkah pembuatan buket:

1. Langkah pertama adalah menyiapkan alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat berbagai jenis buket.
2. Bersihkan semua bahan dari kotoran dan debu menggunakan lap lap bersih atau tisyu hingga bersih.
3. Potong busa sesuai ukuran buket yang diinginkan menggunakan gunting.
4. Selanjutnya potong kardus bekas dengan ukuran lebih pendek dari ukuran busa yang sudah dipotong menggunakan gunting.
5. Bungkus busa dengan kardus bekas yang telah disesuaikan ukurannya pada bagian samping secara keseluruhan dengan bagian samping atas sedikit terlihat busanya untuk memasang tusuk sate, ikat dengan selotip supaya kuat.
6. Tempelkan makanan ringan / boneka / uang / bunga dengan tusuk sate menggunakan lem tembak dengan alat tembak dan selotip sesuai dengan rangkaian buket yang diinginkan.
7. Setelah selesai pasangkan semua tusuk sate yang telah terpasang

makanan ringan / boneka / uang / bunga pada atas busa yang sudah dibungkus kardus sesuaikan dengan desain yang diinginkan dan rapikan supaya lebih menarik.

8. Jangan lupa pasang kartu ucapan pada stan card dan tusukkan pada busa dan tempatkan sesuai keinginan.
9. Kemudian, ambil 1 atau 2 lembar kertas cellophane dengan warna sesuaikan rangkaian makanan ringan / boneka / uang / bunga yang sudah disusun, potong sesuai bentuk yang diinginkan menggunakan cutter.
10. Kemudian rangkai kertas cellophane yang sudah dipotong letakkan dibelakang untuk sandaran rangkaian makanan ringan / boneka / uang / bunga yang sudah disusun menggunakan busa yang dibungkus kardus sesuaikan dengan desain buket yang diinginkan .
11. Terakhir ikat bagian bawah menggunakan selotip sebagai pegangan kemudian diikat lagi dengan pita supaya buket lebih menarik.

Tahap terakhir melibatkan penyusunan serta pengajuan laporan kegiatan, dimana semua kegiatan dan dokumentasi dikompilasi menjadi format laporan kegiatan.

Setelah kegiatan teori dan praktek dilakukan, output dari kegiatan tersebut dapat menentukan tingkat keberhasilan pelaksanaan dari pada kegiatan yang maksud. Hasilnya adalah peserta yang mengikuti kegiatan ini dapat menambah ilmu dan pemahaman mengenai *technopreneurship*, meningkatkan jiwa *technopreneurship* dan memiliki ketrampilan dalam membuat berbagai jenis buket.

Hasil dari kegiatan nya dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



**Gambar 3.** Membuat Buket Uang



**Gambar 4.** Membuat Buket Bunga



**Gambar 5.** Membuat Buket Snack

## V. KESIMPULAN

Secara umum kegiatan PKM ini berjalan secara baik sesuai dengan yang diharapkan, meskipun terdapat kendala singkatnya waktu dalam pelaksanaannya. Seluruh peserta memberikan tanggapan positif bahkan sangat mengharapkan kegiatan PKM seperti ini dapat dilaksanakan terjadwal rutin setiap bulan.

Di waktu yang akan datang, metode ini memungkinkan pelaksanaan kegiatan PKM dapat dilakukan pada mitra atau sasaran yang sama atau berbeda dengan durasi waktu yang lebih panjang. Diharapkan untuk PKM selanjutnya dapat dilakukan mentoring, monitoring dan evaluasi setelah pelaksanaan kegiatan PKM secara berkelanjutan. Topik kegiatan PKM dapat diperluas mengikuti pengetahuan yang dimiliki oleh tim PKM dan kebutuhan dari sasaran atau mitra yang terlibat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Suryana, Y.& Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2.* Kencana.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. (2010). *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses,* Kencana..
- Gorib, Ridwan Ismail, and Latifah Wulandari Binti Asbaruna. 2022. "Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Bagi Generasi Muda Melalui Pelatihan Kewirausahaan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan* 2(3).
- Liu, Fook Thim. 2018. "96. Technopreneurship." *Thirty Years Hundred Stories:* 205–6.
- Satrio, Danang. 2018. "Model Pengembangan Technopreneurship Untuk UMKM Wilayah Pantura." *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis Universitas Pekalongan Ke-37: Pengembangan Sumberdaya Wilayah Pantura Dalam Rangka Penguatan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0* 0(November): 134–41.