

Usaha Kreatif Membuat Jajanan Berbahan Singkong Pada Masyarakat Kelurahan Gemah, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang

Creative Business Making Snacks Made From Cassava In The Community Of Gemah Village, Pedurungan District, Semarang City

Imam Gozali

Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Email: imam-gozali@untagsmg.ac.id

Ratnawati Dwi Putranti

Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Email: honorata-ratnawati@untagsmg.ac.id

Article History:

Received: Januari 14, 2024

Revised: Februari 16, 2024

Accepted: Februari 29, 2024

Keywords: *Creative businesses, business opportunities, snacks made from cassava*

Abstract. *This service was held in Kel. Gemah, Kec. Pedurungan, Semarang City. The aim is to create non-formal business opportunities that non-working housewives can do. Techniques for implementing community service using theoretical and practical learning methods. The target of this service is 20 housewives. The results to be achieved are 1) the participants understand the meaning of creative business and are able to run a home business, especially making snacks from cassava. 2) Not only that, but also able to market their own products. Community Service as one of the Tri Dharma of Higher Education will be carried out in a sustainable manner.*

Abstrak

Pengabdian ini diselenggarakan di Kel. Gemah, Kec. Pedurungan, Kota Semarang. Tujuannya adalah menciptakan peluang bisnis non formal yang dapat dilakukan oleh para ibu rumah tangga tidak bekerja. Teknik pelaksanaan pengabdian dengan metode pembelajaran teori dan praktek. Sasaran pengabdian ini adalah ibu rumah tangga yang berjumlah 20 orang. Hasil yang ingin dicapai adalah 1) para peserta memahami pengertian usaha kreatif dan mampu menjalankan bisnis rumahan khususnya membuat jajanan dari bahan singkong. 2) Tidak hanya itu saja, tetapi juga mampu memasarkan produk buatannya sendiri. Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi akan dilakukan secara berkelanjutan (sustainable)

Kata kunci: Usaha kreatif, peluang bisnis, jajanan berbahan singkong

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat di Kel. Gemah, Kec. Pedurungan, Kota Semarang dengan Tema “Usaha Kreatif Membuat Jajanan Berbahan Singkong” dilakukan pada Tanggal 13 Desember 2024, menjadi salah satu program Tri Dharma Perguruan Tinggi pemberi manfaat kepada warga Masyarakat Kel. Gemah, Kec. Pedurungan Kota Semarang, dengan cara memberi ruang pembelajaran dan pelatihan yang diharapkan dapat dikembangkan sendiri menjadi cikal bakal usaha skala kecil untuk memperoleh penghasilan yang dapat mencukupi kebutuhannya. Namun, belum banyak disadari jika usaha ini belum banyak dilakukan, sehingga perlunya kehadiran perguruan tinggi memberikan ilmu pengetahuan teori dan praktik

*Imam Gozali, imam-gozali@untagsmg.ac.id

pelatihan yang bermanfaat bagi kehidupan para ibu rumah tangga tidak bekerja, yaitu dapat menciptakan peluang bisnis baru dan lapangan pekerjaan sendiri. Ini lah manfaat yang bisa diberikan oleh Perguruan Tinggi UNTAG Semarang kepada Masyarakat Kel. Gemah, Kec. Pedurungan Kota Semarang. Pertanyaan masalahnya adalah bagaimana menciptakan usaha kreatif dalam kehidupan para ibu rumah tangga tidak bekerja di Kel. Gemah, Kec. Pedurungan Kota Semarang dengan sumber daya yang tersedia di lingkungannya?

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Usaha Kreatif

Menurut Florida (2002) mengatakan bahwa konsep kreatif adalah yang mencakup pekerjaan yang melibatkan kreativitas, seperti ilmuwan, seniman, dan profesional berbasis pengetahuan, sementara Howkins (2001) memandang usaha kreatif sebagai pemanfaatan kekreatifan untuk menghasilkan nilai ekonomi dan sosial. Adapun Hesmondhalgh (2002) melihat usaha kreatif sebagai bentuk pekerjaan di mana kreativitas dan ekonomi saling terkait, menciptakan nilai ekonomi dan budaya. Berbeda dengan Landry (2000) memandang usaha kreatif sebagai upaya untuk menggabungkan kreativitas dalam pembangunan ekonomi dan perkotaan Kreatif adalah kemampuan untuk menentukan sesuatu hal yang baru, melihat subjek dari perspektif baru, dan menentukan kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran (Evans, 1994) senada dengan James R, Evans, Widyatun (1999) mengatakan kreatif adalah suatu kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang memberi kesempatan individu untuk menciptakan ide-ide asli maupun adaptif fungsi kegunaannya secara penuh untuk berkembang. Jadi yang dimaksud dengan kreatif adalah menciptakan kebaruan ataupun mengembangkan hal yang sudah ada menjadi hal yang baru

PEMBAHASAN

1. Memperhatikan lingkungan

Yang dimaksud lingkungan disini adalah lingkungan ekonomi, bagaimana keadaan ekonomi suatu negara atau wilayah. Apakah kegiatan ekonomi sedang meningkat? Jika iya, berarti pertumbuhan ekonominya sedang membaik dan sebaliknya jika tidak, berarti pertumbuhan ekonominya sedang lesu. Keadaan ekonomi yang baik ditandai, naiknya investasi, suku bunga yang stabil, daya beli masyarakat meningkat meskipun ada inflasi.

2. Menciptakan permintaan

Menciptakan Permintaan atau demand adalah untuk menciptakan permintaan melalui berbagai cara untuk mengetahui preferensi dan selera konsumen terhadap barang atau jasa yang

diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ide-ide menciptakan permintaan perlu memperhatikan potensi-potensi sumber daya alam pada lingkungan tempat tinggalnya, seperti misalnya potensi hasil pertanian yang terdapat di Kelurahan Gemah. Di kelurahan ini akan sangat mudah membangun usaha kreatif berbahan Singkong sebagai kearifan local usaha rumahan.

3. Memasarkan

Dalam memasarkan produk yang sudah dibuat, harus fokus pada siapa segmen dan target pasar produk yang dibuat? Apakah untuk segmen geografis, demografis, psikografis ataukah budaya? Disamping menentukan segmen juga menentukan siapa yang akan menggunakan produk yang diciptakan itu. Ringkasnya dapat di lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Segmenting dan Targeting

Segmen	Target
Geografis	Negara, wilayah, kota, desa
Demografis	Gender, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan
Psikografis	Gaya hidup
Budaya	Adat, kebiasaan, kepercayaan

KESIMPULAN

Dari uraian diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa, kreatif itu sangatlah diperlukan dalam kehidupan sehari hari. Karena kreatif itu sangat menentukan kualitas hidup kita, apalagi dalam bidang kewirausahaan, kita dituntut untuk memiliki jiwa yang kreatif karena akan menentukan hasil usaha kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Charles Landry 2000. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*," Earthscan, 2012, ISBN : 1849772940, 9781849772945
- David Hesmondhalgh 2002. "The Cultural Industries" See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/261554803>
- John Howkins, 2009. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*," Universitas Michigan, ISBN: 0713994037, 9780713994032
- Richard Florida, 2003. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work* December 23, 2003
- Rohayuningsih, Handoyo,2015 *Berpikir Kreatif Dalam Pengambilan Keputusan* DOI: <https://doi.org/10.15294/fis.v42i1.9248>
- Widyatun, 1999 :<https://riskimarif.blogspot.com/2016/09/normal-0-false-false-false-in-x-none-x.html>