

PENGUATAN KREATIVITAS MAHASISWA DALAM KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI PROGRAM INKUBASI DAN PELATIHAN BERBASIS PROYEK

Hansly¹
Meitiana²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 03 April 2025

Revised : 25 April 2025

Accepted : 30 April 2025

Key words:

Community Service, Creativity, Entrepreneurship, Students, Training

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Creativity is one of the key elements in the development of entrepreneurship among students. Students as the younger generation are not only required to have business ideas, but also the ability to create innovations that are worth selling. This community service activity aims to build and increase students' creativity in designing and implementing entrepreneurial ideas through project-based learning and business incubation programs. The activity was carried out within the Faculty of Economics and Business, University of Palangka Raya, involving 40 students from various study programs. Implementation methods include creative training, brainstorming ideas, business simulations, and product prototyping. The results of the activity show that training designed in a participatory manner is able to improve students' ability to initiate innovative, market-oriented, and local potential-based products. In addition, the involvement of lecturers as mentors also provides significant support for the success of the training. It can be concluded that student creativity in entrepreneurship needs to be facilitated in a sustainable manner through a supportive campus ecosystem, ranging from training, mentoring, to market access.

ABSTRAK

Kreativitas merupakan salah satu elemen kunci dalam pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi muda tidak hanya dituntut untuk memiliki ide bisnis, tetapi juga kemampuan dalam menciptakan inovasi yang bernilai jual. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membangun dan meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam merancang serta mengimplementasikan ide kewirausahaan melalui program pelatihan berbasis proyek (*project-based learning*) dan inkubasi bisnis. Kegiatan dilaksanakan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, dengan melibatkan 40 mahasiswa dari berbagai program studi. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan kreatif, brainstorming ide, simulasi bisnis, dan pembuatan prototipe produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan yang dirancang secara partisipatif mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menggagas

¹ Corresponding author: hanstunjang@gmail.com

produk yang inovatif, berorientasi pasar, dan berbasis potensi lokal. Selain itu, keterlibatan dosen sebagai mentor turut memberikan dukungan signifikan terhadap keberhasilan pelatihan. Dapat disimpulkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam kewirausahaan perlu difasilitasi secara berkelanjutan melalui ekosistem kampus yang mendukung, mulai dari pelatihan, pendampingan, hingga akses pasar.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan saat ini menjadi fokus utama dalam pendidikan tinggi di Indonesia sebagai upaya menciptakan lulusan yang mandiri dan mampu menciptakan lapangan kerja. Namun, banyak mahasiswa yang masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide bisnis yang kreatif dan inovatif. Hal ini umumnya disebabkan oleh rendahnya keberanian untuk bereksperimen, terbatasnya pengetahuan bisnis, serta minimnya ruang untuk mengembangkan ide secara nyata.

Kreativitas menjadi fondasi penting dalam dunia usaha, khususnya bagi mahasiswa yang ingin memulai bisnis sejak bangku kuliah. Kreativitas memungkinkan lahirnya produk atau layanan baru yang dapat bersaing di pasar. Oleh karena itu, diperlukan wadah yang mampu mengembangkan kreativitas tersebut dalam bentuk pelatihan, mentoring, serta pembelajaran berbasis praktik langsung.

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya (FEB UPR) memiliki potensi besar dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan di tengah tantangan ekonomi dan dunia kerja yang semakin kompetitif. Berdasarkan hasil pengamatan awal dan diskusi kelompok, dari 40 mahasiswa yang mengikuti program pembinaan kewirausahaan, mayoritas di antaranya telah memiliki minat untuk berwirausaha, namun hanya sebagian kecil yang mampu merealisasikan idenya dalam bentuk usaha nyata.

Permasalahan yang diidentifikasi meliputi rendahnya kemampuan dalam menemukan ide bisnis yang kreatif, kurangnya kepercayaan diri dalam memulai usaha, dan keterbatasan pemahaman terkait inovasi produk, strategi pemasaran, serta digitalisasi bisnis. Mahasiswa cenderung masih terpaku pada konsep usaha konvensional dan belum terbiasa memadukan kreativitas dengan prinsip manajemen modern dalam pengembangan bisnis.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan teoretis yang diperoleh di bangku kuliah dengan kemampuan praktis dalam berwirausaha. Di sisi lain, kreativitas sebagai salah satu elemen utama dalam kewirausahaan belum tergalai secara optimal karena minimnya pelatihan berbasis praktik dan lingkungan kampus yang belum sepenuhnya mendukung eksplorasi ide bisnis mahasiswa secara berkelanjutan.

Fenomena ini menjadi dasar perlunya kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan inkubasi kewirausahaan berbasis kreativitas untuk membangun kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis yang inovatif, aplikatif, dan berdaya saing. Dengan pendekatan pembelajaran berbasis proyek, mahasiswa diharapkan mampu mengasah kreativitasnya serta memahami bagaimana mengimplementasikan pengetahuan manajerial dalam dunia usaha secara nyata.

Kreativitas merupakan komponen utama dalam proses kewirausahaan karena menjadi sumber munculnya ide-ide baru, solusi inovatif, serta strategi yang unik dalam menjawab kebutuhan pasar yang dinamis. Dalam konteks mahasiswa, terutama yang sedang mengikuti program kewirausahaan, kreativitas tidak hanya menjadi nilai tambah, tetapi justru menjadi fondasi utama dalam membangun usaha yang berbeda, menarik, dan berdaya saing.

Mahasiswa memiliki karakteristik usia produktif, semangat eksplorasi tinggi, dan keterbukaan terhadap perubahan, yang secara alami sangat mendukung tumbuhnya kreativitas. Ketika kreativitas ini diarahkan dan difasilitasi melalui program kewirausahaan yang terstruktur, mahasiswa mampu menghasilkan produk atau jasa yang tidak hanya menjawab kebutuhan pasar, tetapi juga memiliki nilai inovatif dan budaya tersendiri.

Di tengah era digital dan perkembangan industri kreatif saat ini, wirausaha tidak lagi cukup hanya menjual produk, tetapi juga harus mampu menghadirkan nilai tambah melalui desain, cerita produk (*storytelling*), strategi pemasaran digital, hingga model bisnis yang fleksibel. Semua itu membutuhkan kemampuan berpikir kreatif dan *out of the box*. Tanpa kreativitas, mahasiswa cenderung meniru model bisnis yang sudah ada, yang berisiko gagal karena kurang diferensiasi di pasar.

Selain itu, kreativitas juga melatih mahasiswa untuk menjadi pemecah masalah (*problem solver*), yang sangat penting dalam menghadapi tantangan di dunia usaha. Proses kreatif mendorong mahasiswa untuk belajar dari kesalahan, berani mencoba hal baru, dan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen secara lebih responsif.

Dengan demikian, kreativitas bukan hanya penting, melainkan esensial dalam proses pembelajaran kewirausahaan. Program kewirausahaan di perguruan tinggi perlu memberikan ruang dan pendekatan yang mendukung eksplorasi ide, kolaborasi lintas disiplin, dan praktik langsung sebagai upaya membentuk wirausahawan muda yang inovatif, berdaya cipta, dan siap bersaing di masa depan.

Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM); Dalam konteks manajemen SDM, kreativitas mahasiswa menjadi modal utama dalam mengembangkan potensi individu sebagai wirausahawan masa depan. Kreativitas berkaitan langsung dengan aspek-aspek penting dalam pengelolaan SDM, seperti: 1) Pengembangan Kompetensi: Kreativitas membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, inovasi produk, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Ini merupakan bagian dari *soft skills* yang sangat dibutuhkan dalam pengembangan SDM modern, 2) Motivasi dan Kepuasan Kerja: Mahasiswa yang diberi ruang untuk berpikir kreatif cenderung lebih termotivasi dalam menjalankan ide bisnisnya. Hal ini berkontribusi terhadap peningkatan semangat belajar, percaya diri, dan kepuasan dalam berproses sebagai calon entrepreneur, 3) Kepemimpinan Inovatif: Melalui kreativitas, mahasiswa belajar mengambil keputusan, memimpin tim kecil (jika berkelompok), dan mengelola ide menjadi produk nyata. Ini adalah bagian dari pembentukan karakter kepemimpinan dalam manajemen SDM, 4) Penciptaan Lapangan Kerja: Kreativitas mendorong mahasiswa menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*), bukan pencari kerja (*job seeker*), sehingga turut mendukung misi manajemen SDM dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja mandiri.

Perspektif Manajemen Pemasaran; Dari sisi manajemen pemasaran, kreativitas menjadi faktor pembeda (*differentiator*) dalam menghadirkan produk atau layanan yang unik dan bernilai di mata konsumen. Implikasi pentingnya kreativitas bagi mahasiswa dalam kewirausahaan antara lain: 1) Pengembangan Produk (*Product Development*): Mahasiswa yang kreatif mampu mengembangkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada agar lebih menarik, sesuai tren, dan sesuai dengan selera pasar, 2) Branding dan Positioning: Kreativitas memungkinkan mahasiswa menciptakan identitas merek yang kuat, menarik, dan memiliki cerita (*brand storytelling*) yang relevan dengan audiens. Ini penting untuk membangun loyalitas konsumen, 3) Promosi dan Konten Digital: Dalam era digital marketing, mahasiswa perlu membuat konten promosi yang inovatif, seperti video pendek, desain media sosial, dan narasi yang menarik. Kemampuan ini sangat bergantung pada kreativitas, 4) Strategi Pemasaran Adaptif: Pasar berubah dengan cepat. Mahasiswa dengan pemikiran kreatif lebih mudah beradaptasi, mencoba strategi baru, dan memahami psikologi konsumen dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan dinamis.

Kreativitas dalam Konteks Kewirausahaan Mahasiswa; Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, orisinal, dan berguna, serta menjadi salah satu elemen penting dalam kewirausahaan (Zimmerer & Scarborough, 2008). Dalam konteks mahasiswa, kreativitas bukan hanya alat untuk menghasilkan produk baru, tetapi juga sarana untuk melatih kemampuan berpikir kritis, mengambil risiko, dan menciptakan solusi yang relevan terhadap permasalahan di lingkungan sekitar (Kusmintarti et al., 2014).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki keunggulan dalam fleksibilitas berpikir dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan. Hal ini menjadi modal penting dalam pengembangan kewirausahaan berbasis inovasi, terutama di era digital yang membutuhkan pendekatan yang kreatif, cepat, dan responsif.

Kreativitas dalam Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM); Dalam manajemen SDM, kreativitas dipandang sebagai bagian dari kompetensi inti (*core competency*) yang berperan dalam pengembangan individu dan organisasi (Mathis & Jackson, 2011). Kreativitas mendorong mahasiswa untuk mengembangkan soft skills seperti *problem-solving*, kepemimpinan, komunikasi, dan manajemen diri.

Lebih lanjut, kreativitas juga berhubungan erat dengan motivasi intrinsik dalam pengembangan karier. Menurut Robbins & Judge (2017), individu yang memiliki ruang untuk mengekspresikan kreativitas akan memiliki tingkat keterlibatan dan kepuasan kerja yang lebih tinggi. Dalam konteks mahasiswa, hal ini berperan penting dalam membentuk semangat kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*).

Kreativitas dalam Perspektif Manajemen Pemasaran; Dari perspektif manajemen pemasaran, kreativitas adalah landasan utama dalam membangun keunggulan bersaing. Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa dalam lanskap bisnis modern, produk yang tidak kreatif atau tidak memiliki pembeda akan sulit bertahan di pasar. Kreativitas dibutuhkan dalam pengembangan produk (*product development*), strategi promosi, pembuatan konten digital, serta dalam membangun merek (*branding*).

Mahasiswa yang berwirausaha dituntut untuk mampu memahami kebutuhan konsumen serta menciptakan solusi yang sesuai melalui pendekatan yang unik dan menarik. Di era media sosial dan digital marketing, kemampuan menciptakan konten kreatif, storytelling, hingga desain visual menjadi keterampilan utama dalam pemasaran, yang semuanya bersumber dari kreativitas.

Pembelajaran Kewirausahaan dan Kreativitas Mahasiswa; Model pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) menjadi pendekatan yang efektif dalam menumbuhkan kreativitas mahasiswa dalam kewirausahaan. Menurut Kolb (1984), pembelajaran yang melibatkan pengalaman langsung (*experiential learning*) membantu mahasiswa dalam membangun pemahaman yang lebih mendalam terhadap konsep kewirausahaan dan menstimulasi kemampuan berpikir inovatif.

Penguatan kreativitas mahasiswa melalui kegiatan pelatihan, inkubasi bisnis, dan mentoring, seperti yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, sesuai dengan pandangan Drucker (1985) bahwa inovasi adalah fungsi utama dari kewirausahaan yang harus dikembangkan sejak dini.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan *Project-Based Learning* (PjBL) dan *inkubasi kewirausahaan*. Tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Seleksi Peserta Mahasiswa diseleksi berdasarkan minat dan ide awal bisnis yang dimiliki.
2. Pelatihan Kreativitas dan Ide Bisnis Materi pelatihan meliputi:
 - o Teknik brainstorming dan design thinking

- Validasi ide dan model bisnis kanvas
 - Pengenalan konsep branding dan digital marketing
3. Simulasi dan Inkubasi Bisnis Mini Peserta diarahkan untuk membentuk tim, merancang produk/jasa, dan mempresentasikan dalam sesi pitching.
 4. Pendampingan oleh Mentor Dosen pembimbing memberikan masukan terhadap ide, strategi pemasaran, dan pengelolaan usaha.
 5. Evaluasi dan Refleksi Evaluasi dilakukan melalui observasi keterlibatan peserta, hasil prototipe, dan umpan balik dari mentor.
 6. Mengukur keberhasilan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) sangat penting untuk memastikan bahwa tujuan kegiatan tercapai, manfaatnya dirasakan langsung oleh masyarakat, dan hasilnya bisa dijadikan dasar untuk pengembangan lanjutan. Berikut adalah cara mengukur keberhasilan kegiatan PkM, lengkap dengan indikator, metode, dan contoh penerapannya:

Penetapan Indikator Keberhasilan

Sebelum kegiatan dilakukan, tim pelaksana perlu menetapkan indikator keberhasilan yang spesifik, terukur, relevan, dan realistis (SMART). Indikator umum meliputi:

Aspek	Indikator Keberhasilan
Output	Jumlah peserta yang ikut pelatihan, modul yang dihasilkan, jumlah prototipe/produk yang dibuat
Outcome	Peningkatan pengetahuan/keterampilan (dibandingkan pre-test), perubahan perilaku peserta, penerapan hasil pelatihan dalam kehidupan nyata
Impact	Kemandirian ekonomi, peningkatan penjualan/pendapatan mitra, keberlanjutan program (adanya tindak lanjut atau replikasi kegiatan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini terbukti meningkatkan kemampuan berpikir kritis, kemandirian, dan rasa percaya diri mahasiswa, terutama saat mereka didorong untuk mengeksplorasi ide dan memecahkan masalah bisnis secara mandiri maupun dalam tim. Hal ini menjadi salah satu bentuk pengembangan SDM, khususnya dalam membentuk calon wirausahawan yang kreatif dan inovatif.

Selain itu, program ini juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan soft skills, seperti kepemimpinan, komunikasi, dan kerja sama tim, yang penting dalam manajemen SDM modern. Mahasiswa yang sebelumnya pasif dalam diskusi, mulai menunjukkan inisiatif dalam menyampaikan ide dan mengambil peran dalam pembuatan prototype produk.

Temuan ini memperkuat teori bahwa kreativitas adalah bagian dari kompetensi kunci SDM dalam menghadapi ketidakpastian dunia kerja, serta sebagai bekal untuk menciptakan lapangan kerja sendiri di masa depan.

Dalam hal pemasaran, hasil pelatihan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memahami pentingnya nilai diferensiasi produk, keunikan dalam branding, dan pentingnya konten visual dalam strategi digital marketing. Beberapa kelompok mahasiswa mampu

merancang nama merek, logo, dan strategi promosi digital yang menarik melalui media sosial dan marketplace lokal.

Kreativitas mahasiswa terlihat dari kemampuannya menyusun strategi pemasaran berbasis media sosial dengan pendekatan storytelling, serta kemampuan mengambil foto produk dengan teknik sederhana namun efektif. Beberapa kelompok bahkan telah mengunggah produk mereka ke Instagram dan berhasil menarik minat pembeli dari luar kampus.

Pembelajaran ini menegaskan bahwa kreativitas bukan hanya menghasilkan ide produk, tetapi juga membentuk citra dan komunikasi yang kuat terhadap konsumen, yang merupakan inti dari praktik manajemen pemasaran.

Pelatihan dan inkubasi yang dilakukan menghasilkan beberapa luaran positif:

1. Hasil Positif

- Mahasiswa mampu merancang 10 ide bisnis kreatif berbasis potensi lokal (kuliner, jasa, dan kerajinan).
- 3 kelompok berhasil memasarkan produknya secara daring melalui media sosial dan marketplace.
- Peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam berpikir kreatif dan memecahkan masalah (*problem-solving*).

2. Kelemahan Kegiatan

- Beberapa peserta kurang aktif karena belum terbiasa bekerja dalam tim atau mengemukakan ide.
- Waktu pelatihan yang relatif singkat (3 hari) tidak cukup untuk mengembangkan prototipe secara maksimal.

3. Solusi dan Perbaikan

- Kegiatan lanjutan berupa program inkubasi selama satu semester dirancang sebagai penguatan keberlanjutan.
- Disiapkan modul pendamping daring untuk peserta yang membutuhkan materi tambahan secara fleksibel.

Diskusi

Kegiatan ini membuktikan bahwa program kewirausahaan yang mengedepankan pengembangan kreativitas dapat menghasilkan mahasiswa yang lebih adaptif, inovatif, dan siap menghadapi tantangan pasar kerja atau dunia usaha. Baik dari sisi pengembangan SDM maupun pemasaran, kreativitas berperan penting dalam setiap tahap proses bisnis — dari gagasan awal hingga eksekusi penjualan.

Melalui pendekatan praktik langsung (*experiential learning*), mahasiswa tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga mengalami langsung dinamika dalam mengembangkan produk, mengatur strategi promosi, dan membangun kerja tim. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi model pembelajaran yang tidak hanya meningkatkan kompetensi kewirausahaan, tetapi juga memperkuat relevansi pembelajaran manajemen dengan kebutuhan nyata masyarakat dan dunia usaha.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam kewirausahaan dapat dikembangkan secara efektif melalui pendekatan pelatihan berbasis proyek dan dukungan pendampingan intensif. Mahasiswa tidak hanya mampu menghasilkan

ide yang inovatif, tetapi juga lebih percaya diri dalam mempresentasikan dan mewujudkan usahanya. Dukungan berkelanjutan dari pihak kampus dalam bentuk ekosistem wirausaha sangat penting agar kreativitas mahasiswa dapat tumbuh secara konsisten dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Davinsi, W. M., Meitiana, M., & Yunikewaty, Y. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Daerah Wisata Tahura Lapak Jaru di Kabupaten Gunung Mas. *Edunomics Journal*, 4(2), 190-209.
- Hamidah, N., Nindito, D. A., & Santoso, M. (2023). Partisipasi Masyarakat di Kelurahan Pahandut Seberang Kota Palangka Raya dalam Pelatihan Program Green Kampung. *Diteksi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Teknik*, 1(2), 96-105.
- Jubaedah, D., Amin, M., Fitriani, M., Yulisman, Y., Mukti, R. C., & Rarassari, M. A. (2023). Pelatihan Manajemen Budidaya Ikan Hias di UPR Mitra Mina Sejahtera, Indralaya Utara, Ogan Ilir. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 653-658.
- Kurniawan, A., & Gani, A. (2023). Penerapan Model Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) Pada Masyarakat Distrik Sekanto. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 872-877.
- Maulida, S. A., Andrina, R. P., Ananda, P., Sitorus, T. F. M., Zuhri, R. A., Wibowo, M. R., ... & Nasution, Y. S. J. (2024). Peran Mahasiswa KKN 25 UINSU dalam Pengembangan UMKM Ternak Ikan Gurame UPR Ma'arif bagi Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat di Desa Tanjung Seri Kecamatan Laut Tador Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 2192-2201.
- Nahan, N., Kristinae, V., & Syamsudin, A. (2022). Pendampingan Penerapan Strategi Bisnis pada Coffee Shop Tradisional di Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, 1(1), 31-38.
- Puadi, A., & Kristinae, V. (2023). The Relationship between Price Bundling, Brand Image and Purchasing Decisions on Shopee Indonesia E-Commerce. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(3), 319-325.
- Simanjuntak, L., Yunikewaty, Y., Meitiana, M., & Sambung, R. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Komunikasi terhadap Kinerja Melalui Motivasi Kerja Guru SMP Negeri Nanga Bulik, di Kota Palangka Raya. *Media Bina Ilmiah*, 16(12), 7917-7928.