

Inovasi, Proaktivitas, dan Keberanian Mengambil Risiko sebagai Kunci Sukses dalam Memulai dan Mengelola Usaha

Dinda Fadia Az Zahra, Risbon Sianturi, Ineu Agustin, Nurwati Fauziah

PGSD, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudi No.229 Lantai 5, Isola, Kecamatan Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Innovation,
Proactivity,
Entrepreneurship,
Digital Marketing,
Global Economy,
Business Strategy.

This article explores the important role of innovation, proactivity, and risk-taking courage as key pillars of success in starting and managing a business. AFD Collection is a fashion business established in the midst of the COVID-19 pandemic. This business not only survived through difficult times but also managed to grow by utilizing product innovation, digital marketing strategies, and proactivity in responding to rapidly changing market dynamics. Innovation allows companies to create products that fit trends, while proactivity encourages adaptation and the search for new opportunities. In addition, the courage to take risks is a vital element in facing business uncertainty and challenges. This article also examines how human resource management and digital technology optimization can improve productivity and efficiency, and offers advice for entrepreneurs to strengthen their position in the increasingly fierce competition. Innovation, proactivity, and careful risk-taking are powerful combinations to achieve success in entrepreneurship, especially in the context of volatile and challenging markets.

Kata Kunci:

Inovasi,
Proaktivitas,
Kewirausahaan,
Pemasaran digital,
Ekonomi global,
Strategi bisnis.

SARI PATI

Artikel ini mengeksplorasi peran penting inovasi, proaktivitas, dan keberanian dalam mengambil risiko sebagai pilar utama kesuksesan dalam memulai dan mengelola usaha. AFD Collection merupakan sebuah bisnis fashion yang didirikan di tengah pandemi Covid-19. Bisnis ini tidak hanya bertahan melalui masa sulit tetapi juga berhasil berkembang dengan memanfaatkan inovasi produk, strategi digital marketing, dan proaktivitas dalam merespons dinamika pasar yang berubah cepat. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk yang sesuai dengan tren, sedangkan proaktivitas mendorong adaptasi dan pencarian peluang baru. Selain itu, keberanian mengambil risiko menjadi elemen vital dalam menghadapi ketidakpastian dan tantangan bisnis. Artikel ini juga mengkaji bagaimana pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan optimalisasi teknologi digital dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta menawarkan saran bagi pengusaha untuk memperkuat posisi mereka dalam persaingan yang semakin ketat. Inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko yang cermat adalah kombinasi yang ampuh untuk mencapai kesuksesan dalam kewirausahaan, terutama dalam konteks pasar yang tidak stabil dan penuh tantangan.

Corresponding author:
dindafadia@upi.edu



Copyright © 2024 by Authors,
Published by Perwira.
This is an open access article
under the CC BY-SA License

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, isu ekonomi menjadi prioritas yang lebih rendah diakibatkan karena seluruh dunia sedang dihadapkan dengan pandemi Covid-19. Hal tersebut mengalihkan perhatian banyak negara untuk mencari cara mengatasi masalah tersebut. Sektor ekonomi diprediksikan akan mengalami resesi, dengan ekonomi di Indonesia mengalami kontraksi sebesar minus 5,3% pada kuartal II-2020, sama halnya dengan negara-negara lain (Ardiansyah, 2020). Akibatnya perubahan dalam bidang ekonomi di Indonesia dirasa sangat signifikan. Realitanya, kondisi ekonomi yang semakin tidak menentu bukan lagi hal yang mengejutkan. Tingginya tingkat inflasi, gulung tikarnya pengusaha lokal dan terpuruknya nilai rupiah menjadi indikator ketidakstabilan perekonomian. Hal tersebut turut menyumbang terhadap tingginya tingkat pengangguran yang ada di Indonesia (Djodjono & Tawas, 2014).

Kewirausahaan dipandang sebagai sesuatu yang hangat dibicarakan ditengah tingginya tingkat pengangguran. Badan Pusat Statistik (2021) menyebutkan bahwa kondisi tingkat pengangguran terbuka di Indonesia berdasarkan data dari jenjang pendidikan di universitas masih cukup tinggi yaitu sebesar 6,97%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peran krusial terhadap pertumbuhan ekonomi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan inovasi, dan mendorong daya saing. Dengan memulai usaha, seorang wirausaha bisa memperkenalkan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pasar, sehingga hal tersebut dapat mendorong adanya konsumsi dan investasi. Dapat dikatakan bahwa kewirausahaan menjadi pendorong utama untuk mencapai ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam membangun suatu usaha, seorang wirausaha harus mengetahui terlebih dahulu faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan usahanya. Dalam mencapai kinerja usaha yang diinginkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya, salah satunya yaitu proaktivitas

(Cemosa & Soelaiman, 2020). Perilaku proaktif menjadi salah satu hal keterampilan krusial yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha agar mampu menghadapi persaingan yang kompetitif antar pelaku usaha. Dengan memiliki sikap proaktif, terdapat motivasi internal yang mendorong seseorang untuk selalu aktif, mengerjakan pekerjaan secara optimal, dan menyesuaikan diri terhadap situasi kerja. Seorang pengusaha yang proaktif di tengah persaingan ekonomi akan terus mencari peluang, beradaptasi cepat, dan berinovasi untuk menjaga kelangsungan dan pertumbuhan usahanya (Sunarto & Muhid, 2022).

Di era persaingan ekonomi global yang semakin ketat, kemampuan untuk berinovasi menjadi hal yang krusial untuk mempertahankan daya saing. Dalam konteks ini, salah satu faktor yang dianggap signifikan adalah inovasi produk. Inovasi ini merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan menghadirkan produk baru atau melakukan modifikasi terhadap produk yang sudah ada guna memenuhi permintaan pasar (Riyanto & Heriyati, 2024). Inovasi produk ini dapat menjadi sarana sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan kinerja dalam suatu usaha. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunday et al. (2011) yang menyebutkan bahwa inovasi produk memiliki dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Dengan adanya inovasi produk, sebuah perusahaan akan memiliki keunggulan yang kompetitif dan lebih baik dibandingkan dengan usaha lainnya yang hanya mengandalkan produk konvensional. Hal tersebut juga dapat memperluas pangsa pasar, peningkatan loyalitas pelanggan dan kinerja usaha secara keseluruhan.

Inovasi pasti tidak selalu datang tanpa tantangan. Seorang wirausaha akan selalu dihadapkan dengan aktivitas pengambilan keputusan, dimana keputusan yang diambil tidak lepas dari kemungkinan adanya risiko yang ditimbulkan. Keberanian mengambil risiko ini memiliki peranan penting, karena setiap langkah inovatif yang dihadirkan seringkali akan

melibatkan ketidakpastian. Oleh karena itu, keberanian dalam mengambil risiko menjadi salah satu karakteristik penting yang harus dimiliki bagi seorang wirausaha untuk mencapai kesuksesan dan menjaga kestabilan usahanya. Seorang wirausaha yang sukses siap menghadapi risiko yang telah diperhitungkan dengan baik, sambil tetap menghindari risiko yang tidak perlu.

Berdasarkan paparan di atas, maka perlu dilakukan penelitian tentang pengaruh inovasi produk, sikap proaktifitas dan keberanian mengambil risiko dalam memulai dan mengelola suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana inovasi produk mampu menciptakan nilai tambah dan menjaga relevansi usaha di pasar, serta bagaimana keberanian dalam menghadapi risiko membantu pengusaha mengambil keputusan strategis. Dengan meneliti kedua faktor ini, diharapkan dapat ditemukan pola yang efektif untuk mendukung kesuksesan usaha, mulai dari perencanaan awal hingga pengelolaan yang berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat dan dinamis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna atas apa yang dianggap berasal dari masalah sosial (Raco, J. 2018). Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam kepada seorang wirausahawan yang bergelut dalam bidang konveksi mukena dan juga pakaian gamis dan daster. Secara spesifik tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui informasi tentang kewirausahaan, seperti kemampuan inovasi yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha, sikap proaktifitas dan keberanian untuk memulai suatu usaha. Informan ini dirasa mewakili untuk menjawab kebutuhan riset ini agar nantinya bisa mengungkap sepek terjang dalam dunia usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bapak Amir dan istrinya mendirikan bisnis

fashion keluarga "Konveksi Gamis Tasikmalaya" pada tahun 2021. Bisnis ini dimulai selama pandemi COVID-19, masa yang sulit, terutama bagi bisnis baru. Pada sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pandemi berdampak pada sisi permintaan, khususnya aktivitas konsumsi dan pembelian masyarakat. Hal ini pada akhirnya berdampak pada sisi pasokan, khususnya melalui PHK dan intimidasi. UMKM dinilai sangat terdampak pandemi COVID-19 sehingga mengancam keberlangsungan usaha banyak pelaku usaha. Seluruh lapisan masyarakat terkena dampak COVID-19, dan menyelamatkan UMKM dari dampak COVID-19 dianggap penting bagi perekonomian (Kinanti, A. R. 2024). Mereka tetap optimis, bagaimanapun, dan memanfaatkan platform digital untuk menjual barang mereka secara online. Ini awalnya berkonsentrasi pada pembuatan berbagai jenis pakaian seperti gamis, daster, mukena, dan pakaian dinas sekolah. Meskipun interaksi langsung terbatas dan banyak bisnis menghadapi kesulitan selama pandemi, keluarga ini dengan cepat beradaptasi dan menyebarkan iklan mereka melalui media sosial dan platform e-commerce.

Bapak Amir memulai perusahaan dengan modal sekitar 20–30 juta rupiah. Mereka berhasil membangun kehadiran online yang kuat di platform seperti Shopee dan TikTok dengan cara yang bijaksana. E-marketing atau pemasaran digital bukan hanya penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran, namun juga upaya mengembangkan atau mengadaptasi konsep pemasaran itu sendiri, berkomunikasi dalam skala global, dan mengubah cara perusahaan berbisnis dengan pelanggannya (Hartono, R., Sudiarjo, A., & Supriatman, A. 2024). Pemanfaatan media digital secara maksimal membuat usaha tetap bertahan, bahkan berkembang di tengah krisis yang melanda banyak sektor bisnis lainnya.

Bapak Amir dan istrinya harus berpisah karena menghadapi masalah baru di tingkat pribadi pada tahun 2023. Setelah itu, Bapak Amir melanjutkan bisnis tersebut secara mandiri dengan nama baru "AFD Collection". Menurut Putra, M. R.

P. N., & Irbayuni, S. (2024) Dalam dunia komersial, identitas suatu produk sangat penting untuk menunjukkan kepada produsen bahwa produk tersebut merupakan karya orisinal. Merek dan logo merupakan identitas terpisah yang memiliki kekuatan untuk mendefinisikan karakteristik suatu produk dan membedakannya dari pesaing. Logo adalah fitur visual, biasanya berupa gambar, tanda, atau simbol, yang berfungsi sebagai representasi nyata dari suatu merek dan menyampaikan esensi suatu produk. Bapak Amir memanfaatkan pengalaman dua tahun menjalankan bisnis di tengah pandemi untuk mempertahankan dan mengembangkan AFD Collection. Gamis, daster, mukena, dan pakaian dinas sekolah terus dijual oleh AFD Collection. Kurang lebih seratus produk dijual setiap hari, menunjukkan konsistensi permintaan pasar. Bapak Amir menghasilkan keuntungan mingguan antara 3–5 juta rupiah, dan penghasilan bulanan berkisar antara 12–20 juta rupiah dalam kondisi normal. Namun, penjualan dapat meningkat tajam pada hari-hari tertentu seperti penjualan hari pembayaran, hari libur yang indah (seperti 11.11 dan 12.12), dan bulan Ramadhan sebelum Lebaran. Penjualan AFD Collection dapat melonjak tinggi pada saat ini, menghasilkan keuntungan yang jauh lebih besar daripada bulan-bulan biasa.

Pemanfaatan platform digital untuk menjangkau pelanggan di berbagai daerah adalah bagian penting dari kesuksesan AFD Collection. Bapak Amir menekankan pentingnya memperluas jangkauan pasar melalui *e-commerce* dan media sosial selama wawancara. Menurutnya, perilaku konsumen telah berubah sebagai akibat dari pandemi, dengan semakin banyak orang yang lebih suka berbelanja secara online. Meskipun persaingan di bidang fashion online semakin ketat, AFD Collection dapat terus berkembang dengan pendekatan yang tepat dan penggunaan strategi promosi digital yang terarah. Bapak Amir membahas strategi digital dan manajemen timnya. Saat ini, AFD Collection mempekerjakan 15 orang yang membantu dalam proses produksi dan operasional bisnis sehari-hari. Pemasangan bahan,

penjahitan, pengepakan, dan pengelolaan pesanan adalah semua pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan ini. Meskipun usaha ini belum mencapai skala besar, Bapak Amir terus berkonsentrasi pada peningkatan kualitas produk dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dia percaya bahwa mempertahankan loyalitas pelanggan sangat penting, terutama di tengah persaingan bisnis fashion yang semakin ketat.

Di era digital yang berkembang pesat, pengelolaan sumber daya manusia (SDM) menjadi semakin kompleks dan menuntut, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Apriyani et al., 2024). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia, dan berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi (Saefullah, Radjawane et al., 2023). Namun UMKM seringkali menghadapi berbagai kendala seperti: Terbatasnya akses terhadap teknologi, kurangnya pengetahuan pengelolaan keuangan, dan kurangnya keterampilan digital. Tantangan ini diperparah dengan perubahan teknologi dan pasar yang begitu cepat sehingga mengharuskan UMKM untuk lebih beradaptasi agar tetap kompetitif (Sutariyono et al., 2020) dan (Tohiroh et al., 2021)

Keterampilan digital dan manajemen bakat menjadi penting. Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga untuk mendorong pertumbuhan inovasi dan produktivitas (Saefullah et al., 2024). Keterampilan digital seperti penggunaan perangkat lunak manajemen, pemasaran digital, dan analisis data sangat penting bagi UMKM untuk mengoptimalkan proses bisnisnya. Selain itu, penguasaan teknologi informasi dan komunikasi dapat membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas pasarnya secara lokal dan global (Saefullah, Aisha, dkk., 2023). Bapak Amir juga membahas kesulitan menjalankan bisnis, terutama setelah harus membangun kembali usahanya sendiri. Meskipun demikian, ia percaya bahwa pengalaman yang ia

peroleh saat mengelola Konveksi Gamis Tasikmalaya sangat membantunya dalam mengelola AFD Collection. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah menjaga konsistensi produksi dan memastikan ketersediaan bahan baku. AFD Collection mampu menjaga stabilitas bisnisnya dengan manajemen yang baik dan kolaborasi dengan pemasok yang andal. Sebagai pengusaha, Bapak Amir terus belajar dan berinovasi untuk mengembangkan usahanya. Ia tidak hanya berfokus pada penjualan saat ini, tetapi juga merencanakan strategi jangka panjang untuk memperkuat posisi AFD Collection di pasar fashion online. Dengan semangat yang kuat, ia berharap dapat terus memperluas bisnisnya dan menjadikan *AFD Collection* sebagai salah satu brand fashion lokal yang dikenal di Indonesia.

Setelah wawancara, diputuskan bahwa pengumpulan AFD berhasil karena strategi digital yang kuat, ketekunan, inovasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai kondisi. Bapak Amir tetap optimistis bahwa usahanya akan terus berkembang dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan dengan dedikasi dan kerja keras. Untuk bertahan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, penting bagi setiap perusahaan untuk memikirkan apa yang bagus dan apa yang buruk. Kesalahan harus diidentifikasi untuk diminimalkan atau diperbaiki, sementara keuntungan dapat menjadi modal utama yang mendorong kemajuan dan keberhasilan perusahaan.

Sebagai perusahaan fashion, AFD Collection telah menunjukkan berbagai hal yang membantu bisnisnya bertahan dan berkembang, dari kualitas produk yang dibuat hingga strategi pemasaran yang efektif. AFD Collection memiliki keunggulan yang dapat dicontoh oleh perusahaan lain. Namun, terlepas dari keberhasilan, ada juga masalah dan kekurangan yang perlu diperhatikan. Beberapa contohnya adalah keterbatasan dalam variasi konten di media sosial dan masalah dalam pengelolaan bahan baku.

Keunggulan AFD Collection yaitu Pemanfaatan Platform Digital Secara Maksimal

AFD Collection berhasil menggunakan platform e-commerce seperti Shopee dan TikTok sebagai kanal penjualan, yang memungkinkannya menjangkau pelanggan secara luas. Ini meningkatkan fleksibilitas dan efisiensi, terutama selama pandemi. Selanjutnya hubungan baik dengan Pelanggan AFD Collection terus berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai platform online, yang menghasilkan hubungan yang baik dan loyalitas pelanggan. AFD Collection dapat meningkatkan layanan dan produk yang diberikan kepada pelanggan dengan mendengarkan umpan balik mereka dan menanggapi keluhan atau pertanyaan mereka secara cepat. Akibatnya, kepuasan pelanggan akan meningkat. Yang terakhir Bapak Amir selalu mencari cara untuk membuat produk baru dan menarik dalam upaya untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif. AFD Collection mampu menawarkan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui inovasi desain dan penyesuaian terhadap tren mode terbaru. Dengan inovasi baru ini, AFD Collection dapat bersaing dengan merek lain di industri fashion dan memperkuat posisinya di pasar fashion. Mereka juga dapat meningkatkan penjualan dan mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan dalam jangka panjang. Namun, tidak peduli seberapa sukses atau inovatif sebuah bisnis, pasti memiliki kelemahan yang harus diidentifikasi dan diperbaiki. Ada beberapa kelemahan dari AFD Collection yaitu yang pertama Skala Bisnis yang Masih Terbatas AFD Collection masih memiliki skala bisnis yang relatif kecil dibandingkan dengan pesaingnya di industri fashion, meskipun sudah memiliki beberapa toko online. Ini membatasi kemampuan bisnis untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas. Yang kedua yaitu Tantangan dalam Pengelolaan SDM AFD Collection sangat bergantung pada pengelolaan SDM, terutama dengan tim yang terdiri dari 15 orang. Ketika permintaan meningkat, seperti pada hari libur, banyak pesanan yang membuat tim kewalahan. Kualitas produk dan waktu pengiriman dapat terpengaruh jika tidak ada pembagian tugas dan

komunikasi yang baik. Oleh karena itu, untuk menjadi lebih siap menghadapi lonjakan permintaan dan tetap menjaga kepuasan pelanggan, AFD Collection harus menerapkan sistem pengelolaan yang efektif, termasuk pelatihan karyawan dan pembagian tugas yang jelas.

KESIMPULAN

Kewirausahaan telah menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, terutama ketika kondisi ekonomi global mengalami tantangan besar, seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19. Keberhasilan dalam memulai dan mengelola usaha tidak hanya bergantung pada modal finansial, tetapi juga pada faktor-faktor personal yang dimiliki oleh seorang pengusaha, seperti kemampuan berinovasi, proaktif dalam menghadapi perubahan, dan keberanian untuk mengambil risiko. Dalam konteks bisnis AFD Collection yang dijalankan oleh Bapak Amir, tampak jelas bahwa inovasi dan adaptasi terhadap perubahan memainkan peran yang sangat penting. Selama masa pandemi, ketika banyak bisnis mengalami kesulitan, AFD Collection berhasil memanfaatkan platform digital untuk menjaga eksistensinya dan bahkan mengembangkan bisnisnya lebih lanjut.

Pemasaran digital melalui platform seperti Shopee dan TikTok telah menjadi strategi kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, dengan pendekatan proaktif dalam menghadapi perubahan dan tantangan, seperti beralih ke pemasaran digital dan menciptakan produk yang inovatif, AFD Collection mampu bersaing di tengah pasar yang semakin ketat. Keberanian untuk mengambil risiko menjadi elemen krusial dalam perjalanan bisnis AFD Collection. Bapak Amir tidak hanya mengambil keputusan berani dengan mendirikan

usaha di masa pandemi, tetapi juga terus melakukan inovasi produk untuk tetap seimbang dengan kebutuhan pasar. Keberanian ini terbukti berhasil, karena bisnisnya terus tumbuh dan mencapai stabilitas finansial yang baik. Dengan mengedepankan inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko, pengusaha dapat menghadapi tantangan dan mengatasi ketidakpastian dengan lebih efektif.

Saran

Untuk menjaga pertumbuhan yang berkelanjutan, menjadi seorang pengusaha perlu secara rutin mengevaluasi strategi bisnis dan bersikap fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar. Dalam dunia yang terus berubah, strategi yang sebelumnya berhasil mungkin tidak lagi efektif. Oleh karena itu, penting untuk selalu memperbarui rencana bisnis dan menyesuaikannya dengan tren yang berkembang. Selain itu, peningkatan keterampilan sumber daya manusia (SDM), terutama di bidang digital, sangat penting agar karyawan bisa beradaptasi dengan teknologi baru dan meningkatkan efisiensi operasional. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan bisnis juga sangat diperlukan untuk berinteraksi lebih baik dengan konsumen dan memprediksi kebutuhan pasar. Fleksibilitas dalam perencanaan juga penting, karena bisnis sering kali menghadapi ketidakpastian. Dengan mempersiapkan berbagai skenario, bisnis dapat lebih siap menghadapi tantangan yang tidak terduga. Terakhir, pengusaha harus selalu mendengarkan umpan balik konsumen untuk terus berinovasi dan menjaga produk tetap relevan di pasar. Dengan demikian, adaptasi dan evaluasi strategi yang berkelanjutan menjadi kunci penting bagi pertumbuhan dan kelangsungan bisnis.

REFERENSI

- Apriyani, Y., Hajarudin, H., Saefullah, A., Agustina, I., Tahang, M., Rahayu, S. D., Krisanti, I., & Kusuma, M. S. A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat Dalam Program Jaklingko. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(2), 01–13. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v2i2.2879>
- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 1(2), 19-25.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT). *Bps.Go.Id*, 19(37), <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/1815>.
- Cemosa, C., & Soelaiman, L. (2020). Pengaruh kreativitas, proaktif dan otonomi terhadap kinerja usaha makanan dan minuman. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 889-896.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662-676.
- Hartono, R., Sudiarjo, A., & Supriatman, A. (2024). Pemanfaatan Social Media Marketing Untuk Pemasaran Digital Bagi UMKM Tanaman Hias. *PROFICIO*, 5(1), 582-587.
- Kinanti, A. R. (2024). Bisnis Online sebagai Pengembangan Ketahanan Sosial Ekonomi Sete Bisnis Online sebagai Pengembangan Ketahanan Sosial Ekonomi Setelah Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Bonassa Collection Gresik) lah Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Bonassa Collection Gresik). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 15(1).
- Putra, M. R. P. N., & Irbayuni, S. (2024). MSMEs Development of The Minahasa Spice House Through Re-Branding, Logos And Digital Marketing: Pengembangan UMKM Rumah Rempah Minahasa Melalui Re-Branding, Logo dan Digital Marketing. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 8(3), 47-52.
- Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya
- Riyanto, K., & Heriyanti, S. S. (2024). Optimalisasi Kinerja UMKM: Mengurai Peran Strategis Pelatihan Kewirausahaan dan Inovasi Produk. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(04), 123-131.
- Saefullah, A., Radjawane, L. E., Sutrisno, E., Santoso, A., & Kuraesin, A. D. (2023). Access through road in Pahing Hamlet, Sukadana Village, Kuningan Regency as a means of improving the community's economy. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 5(3.1), Article 3.1. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v5i3.1.1929>
- Saefullah, A., Sutiharni, Indriyani, Nurhidayati, Budyartati, S., & Marhawati. (2024). Bimbingan Teknis Penyusunan Proposal Hibah Penelitian dan Pengabdian di LLDIKTI Wilayah 3 Jakarta. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.51214/00202404899000>
- Sunarto, L. R. P., & Muhid, A. (2022). Pengaruh Pemberdayaan Psikologis Terhadap Perilaku Proaktif Karyawan Start-up: Literature Review. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(1), 64-78.
- Sutariyono, S., Firdaus, A., Arda, D. P., Noor, M. A., Siregar, F., Tafsiuruddin, M., Rahmi, C., Saputri, H., Tahang, M., Saefullah, A., Permatasari, D. I., & Misbah, I. (2020). Pemantapan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pengelola Sampah di Pasar Ciputat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(2) Article 2. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v2i2.519>
- Tafsiuruddin, M., Saefullah, A., Noor, M. A., Syafran, S., & Nurhakim, R. (2024). Consumer perceptions of product and service quality; a case study of ASPhotography's management information system. *Jurnal Mantik*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.35335/mantik.v8i1.5000>
- Tohiroh, T., Firdaus, A., Saksana, J. C., Firmansyah, F., Ramayanti, P. N., Rahmi, C., Tafsiuruddin, M.,

Hidayatullah, S., Ar, R., Tahang, M., Saefullah, A., Fariha, H., Anam, K., & Islah, M. (2021). Edukasi Ketrampilan, Minat dan Bakat untuk Meningkatkan Perekonomian Generasi Bangsa di Pondok Pesantren BaitulQuro. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 63–76. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v1i2.3894>