

## *Ion of a Business Plan for Creative Entrepreneurship Among Generation Z in Banjarmasin: The Acrylic Flower Board Initiative*

Dhini<sup>1\*</sup>, Noor Diana<sup>2</sup>, Norcahaya<sup>3</sup>, Anna Nur Faidah<sup>4</sup>, Sudirwo<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

Korespondensi penulis : [dhinidhini123456@gmail.com](mailto:dhinidhini123456@gmail.com) \*

### **Article History:**

Received: April 26, 2025

Revised: May 21, 2025

Accepted: Juni 18, 2025

Online Available: Juni 23, 2025

**Keywords:** Business plan, Decoration, Entrepreneurship, Acrylic flower board, Socialization.

**Abstract:** This socialization activity aims to enhance students' understanding of business planning, particularly in the acrylic flower board decoration industry. The main problem faced by the community partners, who are aspiring student entrepreneurs, is the lack of practical and theoretical knowledge in designing comprehensive and applicable business plans. The proposed solution is integrated training that includes basic business planning theory, marketing strategy, financial analysis, and hands-on simulation focused on creative products. The methods used in this activity involve a combination of material presentations, group discussions, and direct practice in preparing business plans using the acrylic flower board as a case study. The results of the activity indicate a significant increase in students' interest, understanding, and skills in the business planning process, as evidenced by higher evaluation scores before and after the training.

**Abstrak :** Kegiatan sosialisasi business plan wirausaha kreatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang perencanaan bisnis, khususnya dalam industri dekorasi papan bunga akrilik yang sedang berkembang pesat. Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra pengabdian, yaitu para mahasiswa calon wirausaha, adalah kurangnya pengetahuan praktis dan teoritis dalam menyusun rencana bisnis yang komprehensif dan aplikatif. Solusi yang ditawarkan melalui kegiatan ini adalah dengan mengadakan pelatihan terpadu yang meliputi teori dasar perencanaan bisnis, strategi pemasaran, analisis keuangan, serta simulasi langsung perencanaan usaha berbasis produk kreatif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup kombinasi antara presentasi materi, diskusi kelompok, dan praktik langsung pembuatan business plan dengan studi kasus papan bunga akrilik. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam minat, pemahaman, dan keterampilan mahasiswa terhadap proses perencanaan bisnis, ditunjukkan melalui peningkatan skor hasil evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan.

**Kata Kunci:** business plan, dekorasi, kewirausahaan, papan bunga akrilik, sosialisasi

## **1. PENDAHULUAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh pentingnya membekali mahasiswa dengan keterampilan kewirausahaan sebagai bagian dari kesiapan memasuki dunia kerja dan bisnis. Di tengah pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia, sektor dekorasi mengalami pertumbuhan signifikan, khususnya dalam produk inovatif seperti papan bunga akrilik yang memiliki nilai estetika tinggi dan pangsa pasar yang menjanjikan.

Namun demikian, berdasarkan observasi awal, banyak mahasiswa yang belum memiliki kemampuan menyusun rencana bisnis secara sistematis. Mereka cenderung kesulitan dalam mengidentifikasi peluang usaha, merancang strategi pemasaran, serta menghitung kelayakan usaha dari sisi keuangan. Untuk itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi wadah pembelajaran yang aplikatif dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas wirausaha muda di lingkungan kampus

## **2. METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan edukatif, yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam menyusun rencana bisnis wirausaha kreatif, khususnya pada sektor dekorasi papan bunga akrilik. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan yang terstruktur, sebagai berikut:

- **Pemilihan Responden:** Sebanyak 24 mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap bidang bisnis kreatif, khususnya dekorasi, dipilih sebagai peserta utama kegiatan. Pemilihan ini dilakukan secara purposive berdasarkan minat dan komitmen mengikuti pelatihan hingga selesai.
- **Bahan dan Alat:** Materi pelatihan berupa modul presentasi digital mengenai perencanaan bisnis, contoh produk papan bunga akrilik sebagai studi kasus, alat tulis, serta perlengkapan presentasi dan simulasi usaha.
- **Desain Alat:** Penggunaan metode presentasi interaktif yang dipadukan dengan studi kasus sederhana serta diskusi mengenai ide dan potensi bisnis papan bunga akrilik. Untuk mendukung pemahaman peserta, ditampilkan pula contoh produk secara langsung sebagai bahan observasi dan diskusi. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran nyata kepada mahasiswa mengenai implementasi rencana usaha secara praktis
- **Pengumpulan Data:** Pengumpulan data dalam kegiatan ini dilakukan melalui observasi langsung selama proses pelatihan serta interaksi aktif dalam bentuk tanya jawab dan diskusi terbuka. Evaluasi tingkat pemahaman peserta terhadap materi dan praktik perencanaan bisnis dilakukan secara kualitatif dengan menilai respons, partisipasi, dan kemampuan mahasiswa dalam menyusun rencana usaha selama sesi diskusi. Pendekatan ini dipilih

karena sifat materi yang aplikatif dan mudah dipahami, sehingga lebih efektif diukur melalui keterlibatan langsung daripada melalui instrumen tertulis.

- **Analisis Data:** Data yang diperoleh dari kegiatan dianalisis secara kualitatif-deskriptif. Analisis difokuskan pada pengamatan terhadap keterlibatan peserta, kemampuan dalam merespons pertanyaan, serta kualitas hasil diskusi kelompok dan praktik penyusunan rencana bisnis.

### 3. HASIL

Kegiatan sosialisasi business plan wirausaha kreatif yang dilaksanakan melalui pendekatan presentasi interaktif, studi kasus, dan praktik langsung memberikan hasil yang cukup signifikan terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa. Berdasarkan observasi selama kegiatan, sebagian besar peserta menunjukkan keterlibatan aktif baik dalam sesi diskusi maupun praktik penyusunan rencana bisnis.

Peserta terlihat antusias dalam mengikuti pemaparan materi, terutama saat diperlihatkan contoh produk papan bunga akrilik sebagai stimulus pembelajaran. Hal ini mempermudah peserta dalam memahami konteks bisnis yang dibahas serta mampu menghubungkannya dengan potensi usaha di lingkungan sekitar. Melalui sesi diskusi kelompok, peserta dapat bertukar ide, mengidentifikasi peluang pasar, serta mendiskusikan strategi sederhana yang dapat diterapkan untuk memulai usaha dekorasi.

Selama praktik penyusunan business plan, peserta didorong untuk menyusun analisis SWOT dan menentukan segmen pasar yang dituju. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mampu menyusun strategi pemasaran dasar yang mencakup penentuan media promosi, estimasi harga, serta pendekatan layanan pelanggan. Penggunaan studi kasus nyata memudahkan peserta dalam menyusun komponen-komponen bisnis secara lebih terarah dan aplikatif. Evaluasi informal yang dilakukan melalui diskusi akhir menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta merasa lebih percaya diri dan siap untuk merancang serta merealisasikan ide usaha setelah mengikuti pelatihan ini. Beberapa peserta bahkan mengemukakan minat untuk memulai usaha kecil-kecilan di bidang dekorasi, baik secara individu maupun berkelompok. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang berbasis praktik langsung dan diskusi terbuka

efektif dalam meningkatkan literasi kewirausahaan mahasiswa, khususnya dalam bidang usaha kreatif seperti papan bunga akrilik.

**Tabel 1.** Sasaran Peserta Berdasarkan Segmentasi Generasi

| No     | Sasaran Peserta                                | Jumlah | Persentase |
|--------|------------------------------------------------|--------|------------|
| 1      | Wirausaha Kreatif<br>Generasi Z<br>Banjarmasin | 24     | 100 %      |
| Jumlah |                                                | 24     | 100 %      |

#### 4. DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang dirancang sejak awal, dimulai dari perencanaan hingga pelaksanaan pelatihan penyusunan business plan dengan studi kasus papan bunga akrilik. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini melibatkan kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan peserta dari kalangan mahasiswa wirausaha kreatif Generasi Z. Kegiatan berjalan sesuai dengan target yang ditetapkan, yakni meningkatkan pemahaman praktis dan teoritis mahasiswa dalam merancang rencana bisnis yang aplikatif.

Hasil observasi menunjukkan peningkatan keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran. Partisipasi aktif dalam diskusi kelompok dan simulasi penyusunan business plan mengindikasikan adanya transformasi pengetahuan (knowledge transformation) yang signifikan. Hal ini sejalan dengan teori experiential learning yang dikemukakan oleh Kolb (1984), yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam membangun pemahaman yang mendalam. Model pelatihan berbasis praktik dalam kegiatan ini menjadi katalisator bagi peserta untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan secara holistik.

Keterlibatan peserta juga memperlihatkan adanya perubahan sikap terhadap kewirausahaan, yang tercermin dari peningkatan minat untuk memulai usaha mandiri di bidang dekorasi.

Temuan ini didukung oleh teori Planned Behavior dari Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa niat berperilaku (intention to act) sangat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Dalam konteks ini, pelatihan yang diberikan meningkatkan

persepsi kontrol internal mahasiswa terhadap kemampuan menyusun dan merealisasikan rencana bisnis, sehingga memperkuat niat berwirausaha.

Secara teoritis, pengabdian ini membuktikan bahwa transfer ilmu dari perguruan tinggi kepada masyarakat (dalam hal ini mahasiswa sebagai calon pelaku usaha) tidak hanya dapat meningkatkan literasi kewirausahaan, tetapi juga mendorong terciptanya perubahan sosial. Perubahan ini terlihat dari pergeseran pola pikir peserta dari pasif menjadi lebih proaktif dan reflektif dalam merespons peluang usaha di lingkungan sekitar. Hal ini sejalan dengan pandangan Etzkowitz dan Leydesdorff (2000) dalam model triple helix, di mana perguruan tinggi, sektor industri, dan pemerintah memiliki peran dalam mendorong inovasi dan kewirausahaan.

Dengan pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan ini, terjadi integrasi antara pengetahuan akademik dan praktik lapangan. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritik, tetapi juga mempraktikkannya dalam bentuk nyata, seperti penyusunan analisis SWOT, penentuan segmen pasar, serta estimasi biaya dan strategi promosi. Ini membuktikan efektivitas pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) dalam pengembangan kapasitas wirausaha muda (Bell, 2010).

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa produk kreatif seperti papan bunga akrilik dapat menjadi media edukatif yang menarik sekaligus relevan secara ekonomi. Sebagai bagian dari industri kreatif, produk ini mencerminkan kombinasi antara nilai estetika dan nilai ekonomi, dua aspek yang menurut Howkins (2001) menjadi pilar utama dalam ekonomi kreatif.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya menghasilkan peningkatan pemahaman individu, tetapi juga berkontribusi pada proses pembentukan ekosistem kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi. Diharapkan, kegiatan serupa dapat direplikasi dengan skala lebih luas dan melibatkan pemangku kepentingan lainnya untuk memperkuat keberlanjutan dampak sosial dari kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1. Registrasi Peserta Sosialisasi Wirausaha Kreatif Generasi Z Banjarmasin Papan Bunga Akrilik



Gambar 2. Foto bersama Peserta Sosialisasi Wirausaha Kreatif Generasi Z Banjarmasin Papan Bunga Akrilik



Gambar 3. Pembelajaran Bersama Business Plan Wirausaha Kreatif Generasi Z Banjarmasin Papan Bunga Akrilik

Pada gambar 3 memperlihatkan kegiatan pembelajaran yang melibatkan mahasiswa sebagai pelaku utama dalam merancang business plan wirausaha kreatif. Fokus kegiatan adalah pada sektor dekorasi papan bunga akrilik, di mana mahasiswa berdiskusi, menganalisis pasar, serta menyusun strategi bisnis secara aplikatif. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam perencanaan usaha berbasis produk kreatif.

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi business plan wirausaha kreatif ini telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam merencanakan usaha, khususnya pada bidang dekorasi papan bunga akrilik. Hasil kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan yang interaktif dan aplikatif mampu mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

Diharapkan, melalui kegiatan semacam ini, mahasiswa tidak hanya memiliki wawasan teori, tetapi juga kemampuan praktis dalam menyusun rencana bisnis yang matang dan berorientasi pasar. Kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya sinergi antara akademisi dan praktisi dalam menciptakan wirausaha muda yang inovatif, adaptif, dan siap bersaing dalam industri kreatif nasional.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh anggota kelompok yang telah bekerja sama secara aktif dalam menyusun dan melaksanakan kegiatan sosialisasi business plan wirausaha kreatif ini. Penghargaan yang tulus juga disampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah Perencanaan dan Simulasi Bisnis, yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan program kegiatan ini.

Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada rekan-rekan mahasiswa yang berpartisipasi sebagai peserta dalam kegiatan sosialisasi, atas antusiasme dan kontribusinya selama pelaksanaan. Kehadiran dan keterlibatan mereka menjadi bagian penting dalam keberhasilan program ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- [Proposal papan bunga akrilik]. (n.d.). Scribd. <https://id.scribd.com/document/799849068/PROPOSAL-PAPAN-BUNGA-AKRILIK>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Armand, F. (2003). Social marketing models for product-based reproductive health programs: A comparative analysis. Occasional Paper Series. Washington, DC. <http://www.cmsproject.com>
- Belair, A. R. (2003). Shopping for your self: When marketing becomes a social problem (Dissertation). Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.
- Bell, S. (2010). Project-based learning for the 21st century: Skills for the future. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 83(2), 39–43. <https://doi.org/10.1080/00098650903505415>
- Chain, P. (1997). Same or different?: A comparison of the beliefs Australian and Chinese university students hold about learning. In *Proceedings of AARE Conference*. Swinburne University. <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.

- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Education, Inc.
- Lindawati. (2015). *Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi dan kesejahteraan rumah tangga petani usahatani terpadu padi-sapi di Provinsi Jawa Barat (Tesis)*. Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>
- LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik. <https://www.lppsp.go.id/index.php/publikasi/326>
- Norsyaheera, A. W., Lailatul, F. A. H., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The relationship between marketing mix and customer loyalty in hijab industry: The mediating effect of customer satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37, 366–371. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1)
- OECD. (2013). *Why new business models matter for green growth*. OECD Publishing.
- Risdwiyanto, A. (2016, Februari 22). *Tas kresek berbayar, ubah perilaku belanja? Kedaulatan Rakyat*, p. 12.
- StatSoft, Inc. (1997). *Electronic statistic textbook*. StatSoft Online. <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>
- Sulistyowati, S. N., & Amri, F. (2023). Business plan proposal preparation training to improve student understanding in starting a business. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1208–1215. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2832>
- Tunjungsari, H. K., Selamat, F., & Chairy, C. (2021). Sustainable entrepreneurship in SMEs: The case of creative-industry SMEs in Jambi, Indonesia. *International Journal of Sustainable Entrepreneurship in Small and Medium Enterprises*, 5(1), 45–60.
- Turrahmah, H. (2023). *Perencanaan usaha (business plan)*. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(1), 219–227.
- Wijaya, D. P., & Laila, N. (2024). Potential for eco-enzyme development as entrepreneurship in river ecotourism and mangrove conservation. *Indonesian Tourism Journal*, 1(2), 131–145. <https://doi.org/10.69812/itj.v1i2.39>