

LAPORAN KEGIATAN MBKM KEWIRAUSAHAAN CHARMS AND TALE

Janeta Naomi Putri¹, Louis Utama², Nathan Lee³, Felicia⁴, Ryan Jonathan⁵ dan Clinton⁶

¹Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: janeta.115190237@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: louisu@fe.untar.ac.id

³Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: nathan.115190231@stu.untar.ac.id

⁴Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: felicia.115190242@stu.untar.ac.id

⁵Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: ryan.115190244@stu.untar.ac.id

⁶Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: clinton.115190377@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Souvenir is an object that is used as a symbol of a memory of an event experienced. Charms and Tale is a business that is engaged in souvenirs as a form of implementing MBKM Entrepreneurship activities. Charms and Tale businesses can be classified as micro, small and medium enterprises run by Tarumanagara University students which were built in 2022. Charms and Tale has a goal to earn profits and as a form of realization of field work practices. The business run by Mantra and Tale consists of online and offline. In online-based sales, Charms and Tale offers various types of souvenir ring books, beach calendars, gift boxes and holiday hampers, while in offline sales, Charms and Tale collaborates with Golf1 Driving Range to sell items such as photo paper, Golf1 handbags and Golf1 t-shirts. Charms and Tale is here to help customers prepare gifts that will complete a memorable day with that special someone. Charms and Tale has an online store that can be found on Shopee, Whatsapp, and Instagram. In the offline store, Charms and Tale collaborates with Golf1 Driving Range in Cibubur. Charms and Tale managed to make a profit while running the business.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial orientation, souvenir, businessman, business performance

ABSTRAK

Souvenir merupakan suatu benda yang dijadikan sebuah simbol atas kenangan suatu peristiwa yang dialami. Charms and Tale merupakan usaha yang bergerak di bidang souvenir sebagai bentuk pelaksanaan kegiatan MBKM Kewirausahaan. Usaha Charms and Tale dapat dikelompokkan sebagai usaha mikro kecil dan menengah yang dijalankan oleh mahasiswa Universitas Tarumanagara yang dibangun pada tahun 2022. Charms and Tale memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan serta sebagai bentuk merealisasikan praktik kerja lapangan. Bisnis yang dijalankan Charms and Tale terdiri dari online dan offline. Pada penjualan berbasis online, Charms and Tale menawarkan bermacam jenis souvenir seperti ring book, kalender akrilik, gift box dan hampers hari raya, sedangkan pada penjualan offline, Charms and Tale berkolaborasi dengan Golf1 Driving Range menjual barang seperti paper photo, handbag Golf1, dan kaos Golf1. Charms and Tale hadir untuk membantu para pelanggan menyiapkan hadiah yang akan melengkapi hari berkesan dengan orang yang spesial. Charms and Tale memiliki online shop yang dapat ditemukan di Shopee, Whatsapp dan Instagram. Pada offline store, Charms and Tale bekerja sama dengan Golf1 Driving Range di Cibubur. Charms and Tale berhasil mendapatkan keuntungan selama menjalankan bisnis.

Kata Kunci: kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, souvenir, pengusaha, kinerja bisnis

1. PENDAHULUAN

Secara umum, souvenir merupakan suatu benda yang dijadikan sebuah simbol atas kenangan suatu peristiwa yang dialami. Souvenir di Indonesia biasa disebut juga sebagai cendera mata, oleh-oleh, tanda mata, atau kenang-kenangan. Sikap konsumen terhadap souvenir mencerminkan persepsi mereka tentang atribut produk yang penting dan berharga terkait dengan karakteristik fisik, kekhasan budaya, dan penggunaannya (Meitiana, Setiawan, Rohman, & Irawanto, 2019). Penjualan secara online dilakukan di E-Commerce. Perdagangan melalui E-Commerce merupakan suatu realisasi dari perubahan gaya hidup yang disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi. E-Commerce memberikan keuntungan yang berbeda dari perdagangan pada umumnya. Dengan

adanya E-Commerce transaksi dapat terjadi tanpa mengenal waktu dan tempat (Magdalena & Ellyani, 2017).

Charms and Tale memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan serta sebagai bentuk merealisasikan praktik kerja lapangan dari program kegiatan MBKM kewirausahaan. Charms and Tale juga melatih dalam berwirausaha dan menginspirasi kaum muda lain dalam menjalankan dan mengembangkan kreativitas usaha yang ditekuni. Manfaat dari bisnis yang dijalankan oleh Charms and Tale kepada konsumen antara lain sebagai kenang-kenangan bagi penerima akan suatu peristiwa. Dengan berjalannya usaha ini, diharapkan dapat membangkitkan jiwa kewirausahaan serta mendapatkan wawasan dan pengalaman yang dapat berguna pada suatu usaha. Selain itu, manfaat dari didirikannya usaha ini juga memberikan opsional hadiah untuk diberikan kepada penerima oleh pemberi.

Usaha Charms and Tale dapat dikelompokkan sebagai usaha mikro kecil dan menengah yang dijalankan oleh mahasiswa Universitas Tarumanagara yang dibangun pada tahun 2022. Charms and Tale merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa yang juga menjual produk dan berbagai macam souvenir. Charms and Tale hadir untuk membantu para pelanggan menyiapkan hadiah yang akan melengkapi hari berkesan dengan orang yang spesial. Penjualan berbasis online dan offline menjadi tonggak utama penghasilan Charms and Tale. Penjualan tersebut terbagi menjadi dua yaitu melalui via online dan terdapat juga offline store Charms and Tale. Pada penjualan berbasis online, Charms and Tale menawarkan bermacam jenis souvenir seperti ring book, kalender akrilik, gift box dan hampers hari raya. Untuk produk kolaborasi dengan Golf1, Charms and Tale menawarkan paper photo sesuai dengan permintaan Golf1. Paper photo merupakan produk konsinyasi dari kolaborasi dengan Golf1 sepaket dengan pembelian bola. Namun paper photo lebih difokuskan sembari menjual merchandise pelengkap seperti kaos Golf1 dan hand bag.

Dalam menyusun rencana startup bisnis, Charms and Tale menggunakan konsep Lean Model Canvas. Satu halaman Lean Canvas cukup untuk menunjukkan desain produk hingga pendekatan pemasaran (Nidagundi & Novickis, 2017). Lean Canvas sangat cocok untuk digunakan pada perusahaan rintisan yang baru memulai usaha (Harianto, 2018). Perusahaan rintisan adalah suatu organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang tepat sehingga mampu memperoleh keuntungan yang maksimum (Afdi & Purwanggono, 2018).

Dalam proses penciptaan ide bisnis Charms and Tale melihat peluang pada inovasi, yaitu Charms and Tale kembali menjual produk-produk yang ada pada umumnya tetapi tetap melakukan inovasi yang berbeda. Inovasi yang dilakukan seperti produk yang dimiliki oleh Charms and Tale itu sendiri yaitu ring book akrilik, kalender akrilik, dan gift box akrilik yang dimana pada umumnya penggunaan akrilik hanya digunakan atau diaplikasikan kepada barang-barang tertentu. Tidak hanya itu, inovasi yang dilakukan oleh Charms and Tale adalah kustomisasi yang dimana konsumen atau pelanggan dapat langsung mengkustom foto maupun lembaran tanggal sesuai dengan keinginannya. Dengan cara tersebut, Charms and Tale dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen yang beragam. Hal tersebut lah yang membuat Charms and Tale mendapatkan proses penciptaan ide bisnis.

Profil mitra program Kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka adalah :

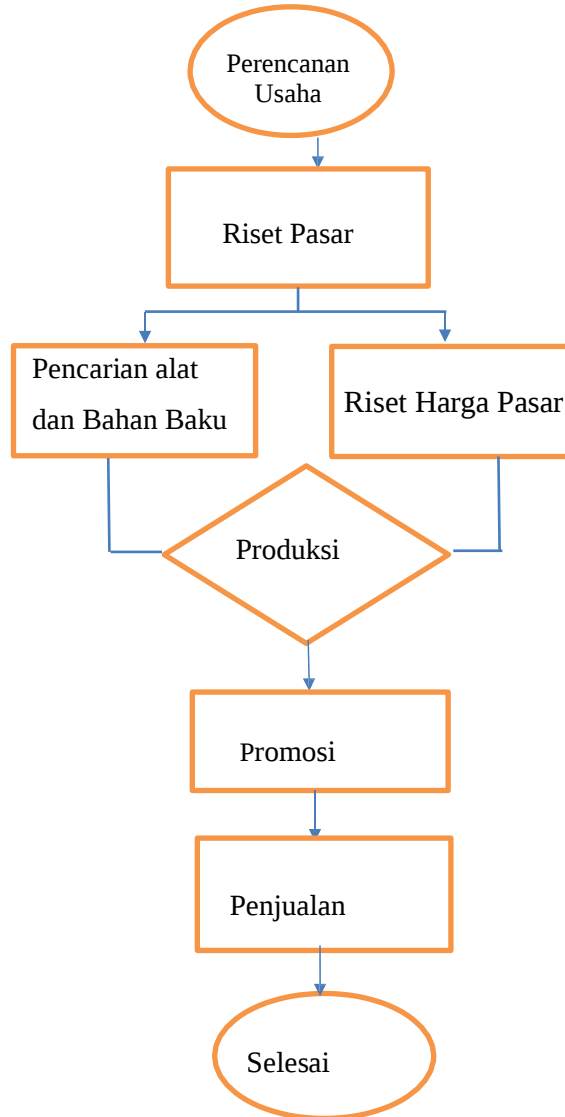
- a. Nama UMKM : Charms and Tale
- b. Owner : Janeta Naomi Putri, Ryan Jonathan, Felicia, Nathan Lee, dan Clinton
- c. Kategori Produk : Souvenir
- d. Produk : Hampers, Paper Photo, Kalendar Akrilik, Gift Box, Ring Book, Kaos Golf dan Hand
- e. Bag Golf
- f. Alamat : Jl Duri Selatan VIII, No 14, Jakarta Barat
- g. Kapasitas Produksi : 50 pcs/bulan

Permasalahan yang dihadapi oleh Charms and Tale diantaranya adalah : Problem yang dihadapi pada penjualan online sebagai berikut :

- Tidak semua masyarakat dapat mengabadikan momen dengan cara membuat suatu kenangan seperti ring book, kalender akrilik, gift box, dan hampers.
- Tidak semua orang memiliki waktu untuk membuat produk sebagai kenangan untuk mengabadikan momen.
- Harga di pasaran pada umumnya yang cenderung mahal. Problem yang dihadapi pada penjualan offline sebagai berikut :
 - Kesulitan yang dialami Golf1 Driving Range dalam mengabadikan momen pengunjung.
 - Kesulitan yang dialami Golf1 Driving Range dalam mempromosikan usaha pada saat soft opening hingga grand opening.
- Solusi dari masalah yang dihadapi oleh Charms and Tale pada penjualan online sebagai berikut :
 - Membantu customer untuk mendesain dan menata produk seperti ring book, kalender akrilik, gift box dan hampers.
 - Customer yang tidak memiliki waktu hanya butuh menunggu waktu yang tidak terlalu lama.
 - Menawarkan produk dan jasa desain dengan harga yang terjangkau.
- Solusi dari masalah yang dihadapi oleh Charms and Tale pada penjualan offline sebagai berikut :
 - Charms and Tale menyediakan produk berupa paper photo untuk memenuhi kebutuhan
 - Golf1 dalam mengabadikan momen para pengunjung.
 - Dengan menyediakan paper photo yang mencantumkan logo dari Golf1 Driving Range sebagai bentuk promosi secara langsung maupun melalui media sosial.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Gambar 1.
Diagram Alir



Sumber : Diolah oleh Penulis

Pada permintaan terdapat tiga poin penting, yang pertama sejumlah barang ataupun jasa yang diminta konsumen, yang kedua keberlakuan tingkat harga, dan yang ketiga adanya permintaan yang terjadi dalam kurun waktu tertentu (Syafaatul Hidayati, 2019). Pada penjualan online, permintaan Charms and Tale cenderung meningkat ketika menghadapi hari spesial dikarenakan souvenir memang berfungsi sebagai pemberian. Charms and Tale juga menyesuaikan produk dengan target market yaitu usia 17-50 tahun karena secara statistik belum ada catatan perkembangan permintaan khusus untuk souvenir. Dalam kolaborasi dengan Golf1, permintaan utama Golf1 terhadap Charms and Tale adalah produk promosi opening. Bentuk kerja sama dengan Golf1 Driving Range menjadi bentuk nyata Charms and Tale dalam menangkap momen konsumen.

Penawaran adalah banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu (Permana, 2020). Industri kerajinan merupakan subsektor industri kreatif yang memberikan kontribusi terbesar terhadap nilai ekspor, sekaligus terbesar kedua untuk nilai konsumsi rumah tangga (Meitiana, Setiawan, Rohman, & Irawanto, 2019). Souvenir atau cendera mata cenderung mengutamakan nilai estetika dan tingkat kecocokan antara pemberi dan penerima. Konsumen juga mengharuskan produsen untuk menawarkan produk sesuai dengan permintaan serta memberikan jawaban bagi tanda tanya di masalah konsumen. Belum lagi, semua produk souvenir cenderung memiliki kesamaan di setiap merek. Oleh karena itu, souvenir pemberian seperti ring book, gift box dan hampers cenderung ditawarkan pada momen menjelang hari raya, atau hari spesial. Barang promosi yang ditawarkan berbahan dasar akrilik dan pemesanan dilakukan dalam jumlah besar (grosir). Produk yang ditawarkan pada kolaborasi dengan Golf1 berupa paper photo. Pada kolaborasi tersebut Charms and Tale juga berperan dalam menangkap momen, yaitu mengambil foto pengunjung dengan persetujuan pengunjung.

Untuk produk yang dijual secara online, produk Charms and Tale berupa ring book, kalender akrilik, gift box valentine, gift box lebaran (varian A), hampers lebaran (varian B) dan barang promosi (sesuai permintaan). Untuk produk kolaborasi dengan Golf1, Charms and Tale menawarkan paper photo sesuai dengan permintaan Golf1. Paper photo merupakan produk konsinyasi dari kolaborasi dengan Golf1 sepaket dengan pembelian bola. Namun paper photo lebih difokuskan sembari menjual merchandise pelengkap seperti kaos Golf1 dan hand bag.

Penetapan harga jual pada penjualan online, untuk ring book berada di harga Rp. 175.000 dan untuk kalender akrilik berada di harga Rp. 130.000. Untuk gift box valentine mempunyai harga jual Rp. 225.000 per kotak. Untuk gift box lebaran (varian A) dijual dengan harga Rp. 165.000 dan hampers lebaran (varian B) dijual dengan harga Rp. 205.000. Pada kolaborasi dengan Golf1, konsinyasi paper photo Charms and Tale sepaket dengan pembelian bola yang hanya tersedia di hari Sabtu dan Minggu. Pada proyek ini, Charms and Tale memberikan jasa foto kepada pelanggan Golf1 sebagaimana permintaan manajemen Golf1. Sistem pembayaran antara Charms and Tale dengan Golf1 pun dihitung per bulan. Untuk pembelian paper photo diluar paket dengan bola, akan dikenakan harga sebesar Rp 20.000 per paper photo. Tersedia juga merchandise seperti hand bag untuk tempat bola golf dengan harga Rp 200.000 dan juga kaos Golf1 dengan harga Rp 50.000

Promosi untuk penjualan online, Charms and Tale menggunakan berbagai media promosi, khususnya media sosial seperti Instagram. Pada media sosial Instagram, promosi dilakukan dengan cara melakukan giveaway di hari spesial tertentu. Sedangkan untuk marketplace Charms and Tale menjual di aplikasi Shopee, Charms and Tale membayar iklan produk agar produk dapat terlihat di halaman utama. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan merek dan produk kepada masyarakat. Dalam kolaborasi dengan Golf1, Charms and Tale memiliki strategi agar pembeli tertarik untuk melihat produk yang ditawarkan di stand. Cara tersebut ialah memberikan kupon kepada pengunjung yang sudah difoto dan untuk pengambilan hasil foto dapat dilakukan di stand, hal ini dilakukan untuk meningkatkan peluang pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, Charms and Tale mengupload story di Instagram guna memberitahu para pengikut bahwa Charms and Tale tersedia di Golf 1.

Pemilihan lokasi usaha Charms and Tale terdapat penjualan online maupun offline store. Untuk melakukan kegiatan produksi penjualan online, Charms and Tale memiliki workshop yang berada di Jakarta Barat. Charms and Tale memiliki online shop yang dapat ditemukan di online marketplace seperti Shopee dan juga dapat di pesan via Whatsapp dan Instagram. Dalam pemilihan lokasi secara offline store Charms and Tale bekerja sama dengan Golf1 Driving Range dan berlangsung hanya sementara waktu. Lokasi usaha offline Charms and Tale terletak di Golf1 Driving Range Buperta, Cibubur.

Dalam menjalankan kegiatan operasional, Charms and Tale membutuhkan sarana dan fasilitas usaha. Fasilitas usaha yang digunakan untuk usaha ini dibagi menjadi 2 yaitu penjualan online dan juga offline. Untuk penjualan melalui online, fasilitas produksi yang digunakan antara lain 1 unit handphone, 1 unit laptop, 1 unit printer, 1 unit cutter foto, 2 unit hole punch (pembolong kertas), 1 unit hotgun, amplas, penggaris, pensil, gunting, pengasah akrilik atau amplas agartidak tajam. Sedangkan untuk penjualan offline, fasilitas produksi yang digunakan adalah 1 unit laptop, 1 unit printer, 1 unit cutter foto, 2 unit hole punch, 2 unit kamera, 1 unit konektor SD card, dan kabel roll.

Bahan baku yang diperlukan untuk penjualan online pembuatan ring book yaitu akrilik, ring pengait, kertas glossy ukuran A6, box packaging, lampu LED, artificial flower, kartu ucapan, pita dan kertas krep. Bahan baku untuk pembuatan kalender akrilik yaitu akrilik, ring pengait, kertas glossy ukuran A4, box packaging, dan spidol. Bahan baku gift box valentine yaitu 3D wooden frame dan akrilik, boneka teddy bear, kertas foto polaroid, artificial flower, lampu LED, kertas krep, silver queen, kartu ucapan. Bahan baku gift box lebaran (varian A) yaitu premium box lebaran, gelas mug “selamat hari raya idul fitri”, tasbih, sajadah, kue kering, kartu ucapan, hang tag dan tote bag “happy eid mubarak”. Bahan baku hampers lebaran (varian B) yaitu tas pvc, gelas mug “selamat hari raya idul fitri”, tasbih, sajadah, kue kering, kartu ucapan, hang tag, tea bag dan kaos “happy eid mubarak”. Bahan baku yang diperlukan untuk offline store dalam pembuatan paper photo yaitu template foto, kertas glossy ukuran A6, dan plastik zip.

Charms and Tale memiliki 5 tenaga kerja yang mempunyai tugas masing-masing. Charms and Tale membuka stand offline pada hari Sabtu dan Minggu karena pengunjung yang ramai umumnya berada di hari Sabtu dan Minggu. Pembagian bidang pekerjaan sangat diperlukan agar pekerjaan dapat berjalan dengan efisien dan terstruktur. Masing-masing bidang pekerjaan memiliki keterampilan yang beragam. Bidang tersebut yakni fotografer, editor dan pencetak foto, administrasi, packing atau pembungkusan, dan produksi.

Tabel 2.
Jadwal Kerja Charms and Tale

Hari	Online & Produksi	Offline (Jaga Stand)
Senin (10.00 – 17.00 WIB)	Janeta, Clinton, Felicia	-
Selasa (10.00 - 17.00 WIB)	Nathan, Ryan	-
Rabu (10.00 - 17.00 WIB)	Janeta, Clinton, Felicia	-
Kamis (10.00 - 17.00 WIB)	Nathan, Ryan	-
Jumat (10.00 - 17.00 WIB)	Janeta, Clinton, Felicia	-
Sabtu (10.00 - 17.00 WIB)	Nathan, Ryan	Janeta, Clinton, Felicia
Minggu (10.00 - 17.00 WIB)	Janeta, Clinton, Felicia	Nathan, Ryan

Sumber : Diolah oleh Penulis

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan penjualan dilakukan pada bulan Maret hingga Mei tahun 2022. Pada penjualan online bulan Maret penjualan kalender akrilik sebanyak 3 pcs dan gift box valentine sebanyak 9 box. Penjualan kalender akrilik seharga Rp. 390.000 dan gift box valentine seharga Rp. 2.025.000. Total penjualan online di bulan Maret sebesar Rp. 2.415.000. Pada bulan April, terjual

2 gift box lebaran (varian A), 3 hampers lebaran (varian B) dan 1 gift box custom. Gift box lebaran

(varian A) 2 box seharga Rp. 330.000, hampers lebaran (varian B) seharga Rp.

615.000 dan gift box custom seharga Rp. 225.000. Maka dari itu, total penjualan bulan April sebesar Rp. 1.170.000. Pada bulan Mei, terjual 1 ring book seharga Rp. 175.000. Pada kolaborasi

dengan Golf1, di bulan Maret, kalender akrilik terjual sebanyak 30 pcs seharga Rp. 3.900.000. Pada bulan April, paper photo terjual sebanyak 90 lembar seharga Rp. 1.800.000 dan kalender akrilik terjual sebanyak 1 pcs seharga Rp. 130.000. Maka dari itu total penjualan offline pada bulan April sebanyak Rp. 1.930.000. Pada bulan Mei, paper photo terjual sebanyak 239 lembar seharga Rp. 4.780.000, 1 ring book seharga Rp. 175.000, 4 hand bag golf seharga Rp. 800.000, dan 2 kaos golf seharga Rp. 100.000. Maka total penjualan offline pada bulan Mei sebanyak Rp. 5.855.000.

Penjualan dari bulan Maret ke April mengalami banyak kenaikan dikarenakan pada bulan April sudah melakukan soft opening kolaborasi dengan Golf1. Peningkatan profit terjadi karena penjualan paper photo di Golf1 mencapai 90 lembar per bulan. Biaya operasional menjadi biaya yang cukup tinggi di bulan Maret karena terdapat biaya perlengkapan untuk bulan April yang dibeli pada bulan Maret. Pada bulan Mei mengalami kenaikan profit dikarenakan penjualan paper photo meningkat menjadi 239 lembar.

Tabel 2.
Laba Rugi Bulan Maret - Mei 2022

Uraian	Maret	April	Mei
Operating Revenue			
Penjualan			
Total Operating Revenue	6.315.000	3.100.000	5.455.000
Cost of Good Sold			
Harga Pokok Penjualan	4.299.000	1.025.400	667.090
Total Cost of Good Sold	4.299.000	1.025.400	667.090
Gross Profit	2.106.000	2.074.600	4.787.910
Operating Expense			
Total Operating Expense	1.597.000	-	-
Income From Operation	419.000	2.074.600	4.787.910
Other Income and Expenses			
Other Income			
Total Other Income	0	0	1.700.000
Other Expenses			
Total Other Income and Expenses	0	(39.000)	1.700.000
Net Profit/Loss before tax	419.000	2.035.600	6.487.910
Net Profit/Loss after tax	419.000	2.035.600	6.487.910

Sumber : Diolah menggunakan software Accurate

Neraca keuangan merupakan laporan dari kekayaan dan kewajiban bisnis. Neraca keuangan Charms and Tale pada bulan Maret ke April naik sekitar Rp. 2.035.600. Kenaikan signifikan di Aset terdapat pada inventory dan peralatan perusahaan. Pada bulan April ke bulan Mei mengalami kenaikan sebanyak Rp. 5.467.820. Kenaikan pada fixed asset pada bulan April ke Mei dikarenakan pembelian printer seharga Rp. 1.700.000.

Tabel 3.
Neraca Keuangan bulan Maret - Mei 2022

Uraian	Maret	April	Mei
ASSETS			
CURRENT ASSETS			
Total Cash and Bank	5.236.708	7.298.008	12.353.008
Total Account Receivable	0	0	0
Inventory			
Persediaan Barang Dagang	5.296.500	5.075.900	4.648.810
Total Inventory	5.296.500	5.075.900	4.648.810
Other Current Assets			
Total Other Current Assets	15.000	75.000	355.000
Total CURRENT ASSETS	10.548.208	12.448.908	17.356.818
FIXED ASSETS			
Historical Value			
Aset Tetap	110.500	110.500	110.500
Total Historical Value	110.500	245.400	1.945.400
Total Accumulated Depreciation	0	0	0
Total FIXED ASSETS	110.500	245.400	1.945.400
OTHER ASSETS			
Total OTHER ASSETS	0	0	0
Total ASSETS	10.658.708	12.694.308	19.302.218
LIABILITIES AND EQUITIES			
LIABILITIES			

Total LIABILITIES	0	0	0
EQUITIES			
Total EQUITIES	10.658.708	12.694.308	19.302.218
Total LIABILITIES and EQUITIES	10.658.708	12.694.308	19.302.218

Sumber : Diolah menggunakan software Accurate

Seiring berjalannya kegiatan bisnis Charms and Tale, pastinya Charms and Tale akan menghasilkan dampak terhadap ekonomi. Dampak terhadap ekonomi yang akan ditimbulkan dari bisnis Charms and Tale yaitu menjadikan sumber pendapatan bagi anggota Charms and Tale. Selain itu, Charms and Tale menyediakan berbagai macam produk baru di masyarakat sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, dapat menambahkan pendapatan negara dan untuk kedepannya akan membuka kesempatan dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga mengurangi jumlah pengangguran.

Charms and Tale tidak menghasilkan limbah produksi yang dapat mengancam ataupun merusak lingkungan karena di lokasi workshop maupun Golf1 Driving Range ini menyediakan fasilitas untuk membuang limbah sisa-sisa dari kegiatan produksi. Dalam proses produksi, Charms and Tale juga tidak menimbulkan polusi udara maupun polusi suara yang akan mengganggu kenyamanan customer dan masyarakat sekitar dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Charms and Tale juga memisahkan limbah menjadi limbah yang dapat terurai dan yang dapat di daur ulang.

Gambar 2.

Kegiatan MBKM Kewirausahaan dengan Dosen Pembimbing



Sumber : Diolah oleh Penulis

Pelaksanaan dari kegiatan MBKM kewirausahaan ini, diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk lebih meningkatkan motivasi dan semangat berwirausaha. Setelah itu juga diharapkan agar mahasiswa mampu menjalankan dan mengelola bisnis dengan baik agar dapat berjalan dan bertahan dalam jangka panjang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelaksanaan MBKM Kewirausahaan ini berupa pendidikan dan praktek mengenai pelatihan kewirausahaan yang diharapkan dapat terlaksanakan dengan baik sesuai dengan tujuan. Hal ini nantinya akan berguna bagi mahasiswa dan para pembaca sebagai acuan untuk meningkatkan kreativitas dan minat berwirausaha di masa mendatang.

Dengan adanya pelaksanaan MBKM kewirausahaan anggota Charms and Tale diharapkan dapat mencari peluang terhadap suatu usaha dan melakukan inovasi. Pelaksanaan MBKM kewirausahaan ini dapat membuat anggota Charms and Tale menjadi lebih proaktif dan berani mengambil resiko dalam menjalankan suatu usaha.

Adapun laporan ini dibuat untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan mata kuliah MBKM kewirausahaan. Dengan adanya laporan ini diharapkan dapat memberikan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan MBKM Kewirausahaan, yaitu : Dosen pembimbing dalam pelaksanaan kegiatan MBKM Kewirausahaan, Rektor Universitas Tarumanagara, Dekan Universitas Tarumanagara, Wakil Dekan Universitas Tarumanagara, Kepala Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara, Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara, Sekertaris Program Studi 1 dan 2 Manajemen Universitas Tarumanagara, Sekertaris Program Studi 2 Manajemen Universitas Tarumanagara, Semua anggota kelompok moo nambah, semua teman dan kerabat Universitas Tarumanagara sehingga kegiatan MBKM Kewirausahaan ini dapat berjalan serta terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Afdi, Z., & Purwanggono, B. (2018). Perencanaan Strategi Berbasis Metodologi Lean StartUp Untuk Mendorong Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi di Indonesia. *Engineering Online Journal*, 6 (4): 1-13.
- Astuti, A. M., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17 (2).
- Hariato. (2018). Implementasi Lean Canvas pada Project Corporate Entrepreneurship. *Jurnal Bisnis Perspektif*, 10 (2): 144-159.
- Magdalena, H., & Ellyani, W. (2017). The Strategy of Exploiting E-Commerce in The Marketing of Bangka Peculiar Food. *Cogito Smart Journal*, 287.
- Meitiana, M., Setiawan, M., Rohman, F., & Irawanto, D. W. (2019). Factors affecting souvenir purchase behavior: valuable insight for tourism marketers and industry . *Journal of Business and Retail Management Research*, 249.
- Nidagundi, P., & Novickis, L. (2017). Introducing Lean Canvas Model Adaptation in the Scrum Software Testing. 104.
- Permana, I. (2020). Teori Penawaran Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8.
- Syafaatul Hidayati, S. M. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. Banten: Unpam Press.