

MENDORONG AKTIVITAS BISNIS PADA GENERASI MUDA DENGAN PELATIHAN UNTUK PEMAHAMAN TEORI DAN PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN

Andriyansah

Universitas Terbuka Pamulang Tangerang Selatan, Indonesia

Email: andri@ecampus.ut.ac.id

Fatia Fatimah

Universitas Terbuka Pamulang Tangerang Selatan, Indonesia

Email: fatia@ecampus.ut.ac.id

Rulinawaty

Universitas Terbuka Pamulang Tangerang Selatan, Indonesia

Email: ruly@ecampus.ut.ac.id

Abstrak: Tujuan kegiatan ini adalah untuk melatih para generasi muda berwirausaha sedari bangku kuliah, selain itu dengan pembimbingan dan pendampingan mahasiswa yang telah mulai usahanya dapat mengembangkan usahanya yang berfokus pada Mahasiswa dengan program Pendidikan jarak jauh. Metode pelaksanaan dilakukan secara hybrid yaitu online dan tatap muka. Adapun tahapan pelaksanaan Tahapan Sosialisasi, Tahapan Seleksi, Tahapan Pelatihan, Tahapan Praktik dan tahapan evaluasi. Mahasiswa yang proposalnya kewirausahaan dan pengembangan bisnisnya dinyatakan lolos oleh tim maka tahapan berikutnya akan mengikuti Pelatihan. Tim Pengabdian kepada Masyarakat menghadirkan praktisi yang memulai usahanya dari 0 (nol) dan materi pemasaran digital. Tujuan pelaksanaan tercapai 100% artinya pelatihan yang dapat juga disebut sebagai bimbingan kewirausahaan ini dapat langsung dipraktikan dengan memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran digital yang aplikasi dapat dimanfaatkan untuk membangun relasi dan mengembangkan bisnis.

Kata kunci: Kewirausahaan, Aktivitas Bisnis, Sosial Media, Pemasaran Digital

Pendahuluan

Kondisi UMKM Indonesia tahun 2021 tertinggal dibanding dengan negara tetangga, Negara Singapura UMKMnya mampu memberi kontribusi ekspornya mencapai 38,3%, Thailand 28,7%, Myanmar 23,7%, dan Vietnam 18,7%. Sementara

Indonesia hanya mampu berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional.¹ Namun hal tersebut dapat dimaklumi karena Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) paling terpuak oleh pandemi Covid-19 yang turut melemahkan perekonomian nasional. Bank Indonesia tahun 2021 mempublikasikan data bahwa 77,95 persen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terdampak pandemi Covid-19.² Sementara itu, fakta perekonomian dan ketenagakerjaan UMKM memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian nasional di sektor perekonomian dalam negeri juga mengalami kerugian pendapatan akibat PHK selama pandemic adalah industry rumah tangga. Akibatnya, konsumsi di sektor domestik juga berkurang seiring dengan turunnya pendapatan.

Data dari sektor pariwisata juga menuntukan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 1,56 juta kunjungan, turun 61,57 persen dibandingkan pada periode yang sama tahun 2020. Kedua fakta dari data valid tersebut sangat linier jika pendapatan menurun karena permintaan menurun. Berangsur membaik ditahun 2022 pemerintah dari berbagai kementerian mendorong UMKM kembali bangkit. Bangkitnya UMKM ini penting untuk meningkatkan pergerakan perekonomian rakyat guna menstimulan berbagai sector untuk segera bangkit bersama untuk perkenomian bangsa.³

Semangat untuk membangkitkan perekonomian bangsa didukung juga oleh Kementerian Pendidikan dan kebudayaan dengan berbagai program yang mendorong tumbuhnya kewirausahaan dikalangan dunia kampus. Unviersitas Terbuka yang merupakan perguruan tinggi negeri menyambut baik program-program kegiatan kewirausahaan tersebut melalui Lembaga Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, UT membuat program pengabdian kepada masyarakat dengan skema

¹ Ahmad Ahdiat, "Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?", Diakses pada 11/10/2022 15:10 WIB.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>

² Andriyansah, dkk., *Monograf Pengabdian Kepada Masyarakat* (Jepara: UNISNU Press, 2022), 15.

³ Muhammad A'an Auliq, Raden Andi Sularso, Andriyansah, dan Endi Isnarno, "Impact of the Quality of Tourist Attraction and Promotion on Tourist Loyalty with Visiting Decisions as Intervening Variables", *JICP: Journal of International Conference Proceedings*, vol. 5, no. 29 (Mei, 2022); 287. Baca: Berita Resmi Statistik No. 12/02/Th. XXV, 2 Februari 2022, "Perkembangan Pariwisata Desember 2021", Badan Pusat Statistik (2022).

kewirausahaan mahasiswa. Tujuan kegiatan ini adalah untuk melatih para generasi muda berwirausaha sedari bangku kuliah, selain itu dengan pembimbingan dan pendampingan mahasiswa yang telah mulai usahanya dapat mengembangkan usahanya. Mahasiswa dengan program Pendidikan jarak jauh mestinya lebih unggul dan mempunyai waktu yang lebih untuk sukses.⁴

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dan bisnis ini dilaksanakan oleh Universitas Terbuka Padang dengan menggunakan dua pendekatan yaitu Online dan Tatap Muka.⁵ Metode ini diterapkan dengan argumentasi narasumber berada diluar Provinsi Sumatera Barat. Pelaksanaan Tatap muka dilaksanakan dengan argumentasi agar narasumber dapat mendengar dan mengarahkan perencanaan kewirausahaan dan bisnis mahasiswa. Pelaksanaan ini berpusat di Kota Bukit Tinggi dengan asumsi bahwa kota Bukit Tinggi adalah kota andalan Sumatera Barat untuk sector pariwisata yang bukan hanya turis lokal namun juga turis manca negara terlebih negara tetangga Malaysia dan Singapura.⁶

Ira Geraldina⁷ dalam artikelnya menyebutkan bahwa, untuk mencapai tujuan pelaksanaan kegiatan ini, tim pengabdian menghadirkan akdemisi dan praktisi untuk memberikan pelatihan dan pembekalan terkait kewirausahaan dan Bisnis. Adapun tahapan pelaksanaan sebagai berikut.

1. Tahapan Sosialisasi

Tim melaksanakan kegiatan sosialisasi kepada seluruh mahasiswa yang berdomisili di Kota Bukit Tinggi. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dan peluang menambah wawasan dan kemampuan mahasiswa dalam bidang kewirausahaan dan bisnis. Selama 1 bulan sosialisasi ini

⁴ Fatia Fatimah dan Andriyansah, *Raih Sukses Belajar di Pendidikan Jarak Jauh* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 38.

⁵ Andriyansah, Fatia Fatimah, dan H. Paryanta, *Menjadi Tutor Terampil dan Profesional* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 23.

⁶ Andriyansah, Amie Kusumawardhani, dan Suharto, "Can Consumer Image be Manifested in Product Quality and Referral Behavior? Another Evidence from Tourism Destination", *Quality Access to Success*, vol. 20, no. 169 (April, 2019), 102.

⁷ Ira Geraldina, Andriyansah, Julia Safitri, Muhammad Aan Auliq, Adi Sofyana Latif, dan Aditya Yuda Nugraha, "Implementasi Model Bisnis Pesantren Berbasis Digital dengan Metode Canvas", *Amaliyah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 1 (Mei, 2023); 100-101.

dilaksanakan dengan media sosial dan informasi dari grup aplikasi pesan Whatsapp.

2. Tahapan Seleksi

Para mahasiswa setelah mengikuti kegiatan sosialisasi, tahapan berikutnya adalah tahapan seleksi yang dilakukan oleh tim. Pada tahap ini mahasiswa mengirimkan draft proposal usulan kegiatan kewirausahaan ataupun usahanya yang telah berjalan untuk dikembangkan. Proposal tersebut dapat dibuat secara personal maupun dengan tim.

3. Tahapan Pelatihan.

Tahapan ini adalah tahapan dimana mahasiswa telah melalui filter seleksi penilaian proposal. Pelatihan ini menghadirkan narasumber yaitu akademisi dan praktisi. Narasumber yang dipilih oleh tim adalah narasumber yang memiliki usaha dan memulai usahanya sejak dari mahasiswa sehingga menjadi contoh sekaligus untuk menumbuhkan semangat wirausaha kepada mahasiswa. Materi yang berikan:

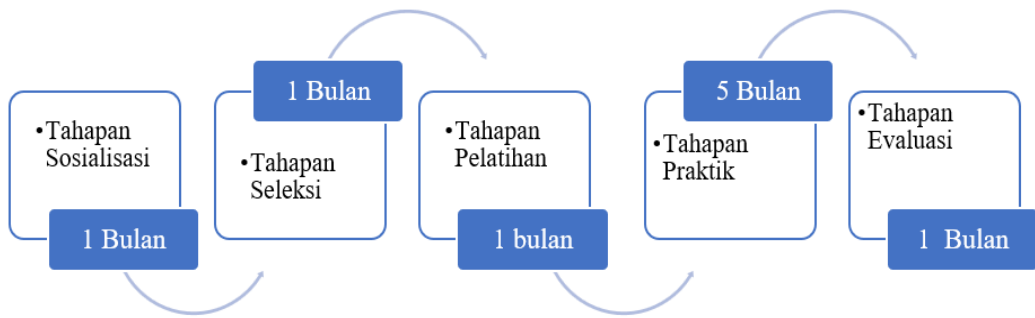
- a. Membangkitkan semangat Wirausaha
- b. Peluang Usaha
- c. Pengeolaan Keuangan
- d. Pemasaran Digital

4. Tahapan Praktik

Setelah menerima pelatihan dengan berbagai materi, mahasiswa yang terpilih akan melanjutkan kegiatan praktik selama 5 bulan. Namun demikian, mahasiswa tidak dilepas artinya tetap berkonsultasi dengan dosen pembimbing agar pelaksanaan kewirausahaan dan bisnis dapat terarah sesuai dengan tujuan pelaksanaan.

5. Tahapan Evaluasi

Tahapan ini adalah tahapan terakhir, setelah 5 bulan menjalankan praktik usaha, proses dan progress kegiatan kewirausahaan dan bisnis akan dipresentasikan dihadapan tim dan dosen pembimbing.



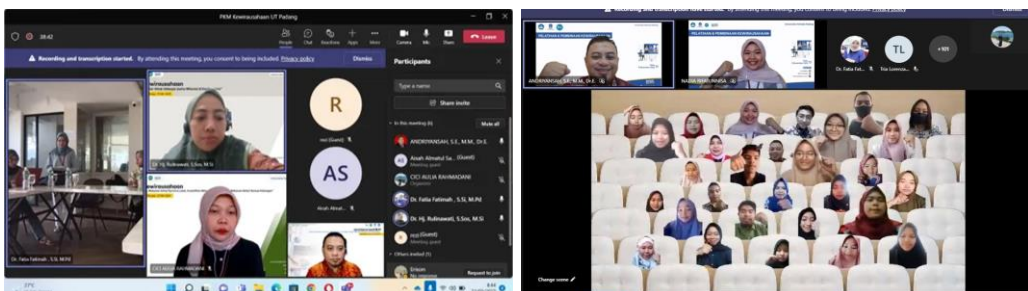
Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pelatihand dan Evaluasi

Metode diskusi dan bermain peran diterapkan juga adapun tujuannya adalah agar informasi mengalir tidak satu arah seperti aliran air dalam pipa paralon. Kesempatan untuk mahasiswa berpendapat, berargumentasi, menyampaikan ide serta menyampaikan pengalamannya terkait materi.

Pelatihan Memahami Teori dan Praktik Kewirausahaan

Kelima tahapan dilakukan tim adalah tahapan yang telah direncanakan. Sehingga, menjadi wajib dilaksanakan untuk mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan dan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Proposal yang masuk tahap seleksi adalah sebanyak 12 proposal dengan berbagai jenis usaha. Artinya minat mahasiswa untuk mengikuti kegiatan ini sangat antusias, namun tidak semua proposal yang masuk akan menjadi peserta pelatihan. Ada kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh tim yaitu:

1. Ide kewirausahaan linier dengan situasi kondisi daerah setempat.
2. Tim mahasiswa mempunyai mitra pendamping.
3. Telah memiliki usaha minimal 1 tahun berjalan untuk kegiatan pengembangan bisnis.



Gambar 2. Pelatihan Kewirausahaan Secara Online

Hasil pelaksanaan dengan pendekatan diskusi, dapat dirumuskan jika seorang wirausaha itu harus memiliki dasar sikap untuk membentuk Jiwa usaha umumnya jiwa usaha diartikan sebagai kesiapan diri atau mental yang diperlukan dalam menjalankan sebuah usaha, misalnya:

1. Sikap berani mengambil risiko Berani. Artinya, para mahasiswa yang akan memulai usahanya siap menerima risiko apapun yang terkait dengan prospek usaha, mulai dari rasa malu, kurang tidur karena harus membagi waktu usaha dan studi. Sehingga, perlu komitmen yang besar serta disiplin untuk mencapai sukses.
2. Sikap optimis, artinya tidak mudah menyerah jika dalam kurun waktu tertentu omzet tidak meningkat. Prilaku konsumen dalam teori pemasaran disebutkan tidak dapat diprediksi dan tidak dapat disebut loyal 100%. Untuk itu orientasi produk dan layanan selalu menjadi perhatian dan tidakan perbaikan yang cepat.
3. *Relationship*, untuk membangun dan mengembangkan usaha tidak ada kata terlambat untuk membangun dan mengikat relasi. Relasi ini adalah konsumen terdekat kita yang dapat diminta bantuannya memasarkan dan memberikan masukan terhadap usaha yang dijalankan. Yakni memiliki motivasi (semangat) tinggi di dalam menjalankan usaha. Kecenderungannya atau ketertarikannya terhadap bisnis sangat kuat, sehingga tidak mudah menyerah dalam menghadapi masalah, selalu punya cara (kreatif dan inovatif) dalam mengatasinya, mampu melihat sisi baik dan peluang, serta dapat memanfaatkannya

Terkait UMKM, menurut Ardiansyah,⁸ pemerintah Indonesia menerbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang UMKM. Dalam Undang-undang tersebut Pemerintah menggolongkan UMKM kedalam tiga kategori yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Batasannya usaha mikro yaitu dengan modal usaha Rp.

⁸ Andriyansah, Fatia Fatimah, Rezi, Aisyah Alamtul Sadiah, Harun Al Rasyid, dan Meirisa, "Menambahkan Nilai Ergo-Ikonik Pada Produk Kewirausahaan Mahasiswa untuk Meningkatkan Penjualan", *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1 (April, 2023), 42.

50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau mempunyai penghasilan tahunan mencapai Rp.300 juta.

Batasan untuk Usaha kecil memiliki modal Rp50 juta sampai dengan paling banyak Rp500 juta yang didalamnya tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau jika sudah melakukan aktivitas usaha mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Berikutnya adalah untuk batasa usaha menengah adalah Rp500 juta sampai dengan paling banyak Rp.1 milyar yang didalamnya pun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau dapat juga dilihat dari hasil usaha atau penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). Namun, pemerintah Indonesia belum menerbitkan undang-undang ataupun perangkat hukum yang dapat membantu kewirausahaan mahasiswa dari sisi modal. Saat ini bantuan pemerintah hanya sebatas pada program kewirausahaan mahasiswa saja, dimungkinkan saat jadi pelajar wirausaha sifatnya hanya untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan saja.

Pelatihan versi off line dilaksanakan untuk mengetahui progress dari kegiatan pelatihan yang dilaksanakan secara online, hal ini penting agar target yang telah ditetapkan oleh tim selama 9 bulan dapat tercapai.

Materi pelatihan terkait Pemanfaatan media sosial mengutip dari teori pemasaran, adalah media yang efektif untuk pemasaran produk di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya mahir memanfaatkan media sosial. Poin penting dalam pelatihan untuk pemanfaatan media sosial, peserta pelatihan memahami peran dan fungsi dari media sosial tersebut. Umumnya media sosial berfungsi:

1. *Social networking* dengan fungsinya membantu orang atau organisasi tetap terhubung dan berbagi informasi dan ide secara online.⁹ (Chaffey, 2016).
2. *Media sharing networks*, sebagai contoh untuk prdouk ini adalah social media sharing networks adalah Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, dan TikTok yang dapat membangun relasi dan bisnis.¹⁰

⁹ D. Chaffey, *Global Social Media Research Summary 2016* (Smart Insight: Social Media Marketing, 2016).

3. *Discussion forums*, sebuah forum untuk untuk mengungkapkan ide, gagasan atau pertanyaan.
4. *Social blogging networks*, fungsinya untuk personal atau organisasi mempublikasikan konten untuk dinikmati secara umum.¹¹
5. *Social audio networks*, fitur yang disediakan oleh media sosial untuk mempublikasikan video dan audio.
6. *Live stream social media*, fitur yang berupa siaran live yang dimanfaatkan untuk sosialisasi, bisnis, Pendidikan ataupun hal yang yang sekiranya dibutuhkan untuk live (broadcast video).
7. *Review networks*, antara lain produk sosial media yang sudah dikenal umum adalah Yelp atau Glassdoor yang memungkinkan personal atau organisasi membagikan pengalaman terkait produk, jasa, atau bagi personal dapat membagikan pengalamannya bekerja di suatu perusahaan tertentu.¹²



Gambar 3. Pelatihan Pengembangan Bisnis dengan Metode Hybrid

Virus Covid-19 menimbulkan banyak efek yang beragam, namun ada hal yang memberikan dampak positif adalah banyak bermunculan bisnis online. Pelatihan kewirausahaan ini mendorong para calon wirausaha dalam konteks ini adalah

¹⁰ Sarah Quinton, dan Damien Wilson, “Tensions and ties in social media networks: Towards a model of understanding business relationship development and business performance enhancement through the use of LinkedIn”, *Industrial Marketing Management*, vol. 54 (April, 2016); 17.

¹¹ Lori McCay-Peet dan Anabel Quan-Haase, “What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer”, *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, (2016); 18. <http://dx.doi.org/10.4135/9781473983847.n2>

¹² Maulana Adieb, “7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu”, *glints*, 02 Mei 2023. <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/#.Y-jq4XZBy5c>

mahasiswa berkegiatan usahanya dengan memanfaatkan media sosial. Harapannya adalah mahasiswa tidak saja menggunakan media sosial untuk sharing aktivitas, namun dimanfaatkan untuk kegiatan yang dapat menghasilkan pundi-pundi uang.

Kesimpulan

Materi pelatihan yang menghadirkan praktisi, menggugah semangat mahasiswa untuk mencoba melakukan usaha, simpulan ini didapat dari surver yang dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan. Memang prinsipnya peserta pelatihan ini wajib melakukan praktik kewirausahaan yang didapat dilakukan secara personal maupun berkelompok.

Tujuan pelaksanaan ditercapai 100% artinya pelatihan yang dapat juga disebut sebagai bimbingan kewirausahaan ini dapat langsung dipraktikan karena tidak ada wirausahawan itu sukses dalam satu malam karena semua harus berproses. Kehadiran teknologi khusus media sosial dengan berbagai fungsi dapat dimanfaatkan tidak saja untuk berbagi aktivitas, namun para pelatihan wajib memanfaatkannya untuk menjalin relasi dan membangun bisnisnya.

Daftar Pustaka

- Adieb, Maulana. "7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu". *glints*, 02 Mei 2023. <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/#.Y-jq4XZBy5c>
- Ahdiat, Ahmad. "Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?". Diakses pada 11/10/2022 15:10 WIB. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- Andriyansah, dkk. *Monograf Pengabdian Kepada Masyarakat*. Jepara: UNISNU Press, 2022.
- Andriyansah, Fatimah, F., dan Paryanta, H. *Menjadi Tutor Terampil dan Profesional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Andriyansah, Fatimah, F., Rezi, Sadiyah, A.A., Rasyid, H.A., dan Meirisa. "Menambahkan Nilai Ergo-Ikonik Pada Produk Kewirausahaan Mahasiswa untuk Meningkatkan Penjualan". *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1 (April, 2023).
- Andriyansah, Kusumawardhani, Amie dan Suharto. "Can Consumer Image be Manifested in Product Quality and Referral Behavior? Another Evidence

- from Tourism Destination”. *Quality Access to Success*, vol. 20, no. 169 (April, 2019).
- Auliq, M.A., Sularso, R.A., Andriyansah, dan Isnarno, E. “Impact of the Quality of Tourist Attraction and Promotion on Tourist Loyalty with Visiting Decisions as Intervening Variables”. *JICP: Journal of International Conference Proceedings*, vol. 5, no. 29 (Mei, 2022).
- Berita Resmi Statistik No. 12/02/Th. XXV, 2 Februari 2022, “Perkembangan Pariwisata Desember 2021”, Badan Pusat Statistik (2022).
- Chaffey, D. *Global Social Media Research Summary 2016*. Smart Insight: Social Media Marketing, 2016.
- Fatimah, F dan Andriyansah. *Raih Sukses Belajar di Pendidikan Jarak Jauh*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Geraldina, Ira., Andriyansah, Safitri, J., Auliq, M.A., Latif, A.S., dan Nugraha, A.Y. “Implementasi Model Bisnis Pesantren Berbasis Digital dengan Metode Canvas”. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 1 (Mei, 2023).
- McCay-Peet, L., dan Quan-Haase, A. “What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer”. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, (2016). <http://dx.doi.org/10.4135/9781473983847.n2>
- Quinton, Sarah dan Wilson, Damien. “Tensions and ties in social media networks: Towards a model of understanding business relationship development and business performance enhancement through the use of LinkedIn”. *Industrial Marketing Management*, vol. 54 (April, 2016).