

Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Di Era Covid-19

Puji Muniarty*¹, Wulandari Wulandari², Della Saputri³, Afdatul Wahdaniyah⁴,
Nur Fetiningsih Syaframis⁵, M Rimawan⁶, Alwi Alwi⁷

¹²³⁴⁵⁶⁷Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

*e-mail: puji.stiebima@gmail.com

Abstract

Revolution 4.0 changes the mindset millennial generation in developing science and discovering several discoveries in the field of technology. Millennial generations who are sensitive to technological developments can master and implement existing technological advances to change the consumptive civilization from offline to online. The internet has a very important role in the Covid-19 era with high competitiveness that can produce innovations in building or developing products and businesses that are managed by students as millennials. With this opportunity, it makes it easier for students to promote various types of products as a source of income, and if managed further they can be used as a source of funding for lectures. The problems experienced by students in entrepreneurship are the difficulty of promoting goods and the lack of innovating a product that is more value-added and the lack of capital for the next business development. Therefore, the Ramadhan bazaar activity program organized by STIE Bima aims to foster and develop an entrepreneurial spirit among students so that they can increase the potential, creativity, innovation in students and become a forum or business community that can be developed into start-ups. digital business. The method applied in this activity is the preparation of activities, implementation of activities, monitoring, and reporting. After carrying out this activity students can survive by doing entrepreneurship independently in the Covid-19 era and creating new product innovations.

Keywords: Ramadan Bazaar, Covid 19, Entrepreneurship, Products

Abstrak

Revolusi 4.0 mengubah mindsed generasi milenial dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menemukan beberapa penemuan-penemuan baru dibidang teknologi. Generasi milenial yang peka akan perkembangan teknologi mampu menguasai dan mengimplementasikan kemajuan teknologi yang ada guna mengubah peradaban konsumtif dari yang offline menuju online. Internet memiliki peran yang sangat penting di era covid-19 dengan daya saing yang tinggi dapat menghasilkan inovasi-inovasi baru dalam membangun atau mengembangkan produk dan bisnis yang di kelola oleh mahasiswa sebagai kaum milenial. Dengan peluang ini mempermudah mahasiswa mempromosikan berbagai jenis produk sebagai sumber pendapatan dan jika dikelola lebih lanjut dapat dijadikan sebagai sumber pembiayaan perkuliahan. Permasalahan yang dialami oleh mahasiswa di dalam kewirausahaan yaitu sulitnya mempromosikan barang dan masih minimnya menginovasikan suatu produk yang lebih value added serta minimnya modal untuk pengembangan usaha berikutnya. Oleh karena itu, melalui program kegiatan bazar ramadhan yang diselenggarakan oleh STIE Bima bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa agar mampu meningkatkan potensi, kreatif, inovatif yang ada pada diri mahasiswa serta menjadi wadah ataupun komunitas bisnis yang dapat dikembangkan menjadi start-up bisnis digital. Metode yang diterapkan pada kegiatan ini yaitu dengan persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, monitoring dan pelaporan. Setelah melaksanakan kegiatan ini mahasiswa mampu survive dengan berwirausaha secara mandiri di era covid-19 dan menciptakan inovasi-inovasi produk baru.

Kata kunci: Bazar Ramadhan, Covid 19, Kewirausahaan, Produk

1. PENDAHULUAN

Revolusi 4.0 membawa perubahan yang cukup signifikan yang ditandai dengan era globalisasi atau era digital mengubah pola perilaku konsumsi masyarakat yang tradisional (tatap muka) menjadi modern yaitu pembelian secara online. Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa bagi masyarakat yang ada di kota bima. masyarakat di kota bima yang awalnya dikenal sebagai masyarakat yang lebih mayoritas melakukan pembelian di pasar tradisional, namun saat

ini mengalami perubahan yang dimana komunikasi lebih mayoritas ke era digital dengan konten marketing secara online. Perkembangan teknologi di era digital memberikan peluang mahasiswa sebagai generasi milenial untuk bersaing secara global. *Student's Column*(2019) dalam Ambarwati (2020); Generasi milenial mempunyai pemikiran yang lebih inovatif, kreatif dan kritis, Pertumbuhan generasi milenial Indonesia menjadi sebuah kekuatan untuk membentuk masyarakat Indonesia menjadi lebih maju, mulai dari kemajuan ekonomi, teknologi, E-commerce dan berbagai bidang lainnya.

Berwirausaha di usia muda memberikan keuntungan seperti dekat dengan teknologi terkini dan mempermudah mengakses informasi dari internet sebagai media pemasaran atau berbisnis. Di usia yang relatif muda lebih mengetahui selera pasar, Selera anak muda dan memahami apa yang sedang menjadi tren atau akan menjadi trensenter. Dengan begitu mahasiswa yang merupakan kaum millennial dapat mengimplementasikan ilmu kewirausahaan dengan membangun bisnis tanpa menunggu waktu yang lama. Menurut Suryana (2013) jiwa adalah orang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut (1) Penuh percaya diri, (2) Memiliki inisiatif, (3) Memiliki motif berprestasi terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan, (4) Memiliki jiwa kepemimpinan adalah berani tampil beda, dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak dan (5) Berani mengambil risiko dengan penuh pertimbangan.

Mahasiswa STIE Bima sejak semester 2 sudah diperkenalkan untuk membuat produk yang unik. Kemudian memasarkan produk tersebut secara offline, online dan berbagai bazar kewirausahaan yang diselenggarakan oleh STIE Bima maupun birokrasi pemerintah guna membentuk pola pikir kewirausahaan. Pola pikir kewirausahaan perlu dimiliki oleh calon wirausaha maupun pelaku industri khususnya dalam menghadapi persaingan global dengan mempraktekan secara langsung produk yang akan dijual. Praktik merupakan metode dalam pembelajaran yang digunakan dengan tujuan melatih serta meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh untuk dilakukan di kehidupan nyata atau lapangan, pekerjaan, atau tugas yang sebenarnya, (Sudjana, 2005). Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima setelah lulus harus mendapatkan pekerjaan di suatu perusahaan, birokrasi, dan BUMN dengan bekal yang bersifat teoritis dan melalui mata kuliah. Faktanya meski seorang lulusan perguruan tinggi tidak mudah diterima di suatu pekerjaan. Hal ini dapat meningkatkan jumlah pengangguran. Sehingga diharapkan mahasiswa mampu membangun jiwa kewirausahaan dengan menciptakan berbagai ide dan inovasi yang kreatif kemudian memanfaatkan dan mengikuti perkembangan digital teknologi sehingga akan menciptakan lapangan pekerjaan baru dan jumlah pengangguran menurun. Tujuan daripada pengabdian ini yaitu :

1. Memotivasi mahasiswa sekaligus generasi milenial dalam membangun jiwa kewirausahaan dengan ide dan inovasi serta kreatif dengan mengelola produk-produk yang akan diproduksi
2. Melatih mental mahasiswa sehingga semakin kuat dalam menghadapi setiap situasi dan kondisi akibat dengan pandemi covid-19 saat ini
3. Belajar membangun kemitraan dan menyikapi dalam dunia usaha
Menyadarkan mahasiswa bahwa PNS sebagai jalan menuju kesuksesan

Setelah dilaksanakan kegiatan pengembangan kewirausahaan melalui bazar ramadhan dapat membentuk karakter dan jiwa entrepreneur dikalangan mahasiswa sebagai generasi millennial. Adapun manfaat dari kegiatan tersebut adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis, dapat berkomunikasi dengan masyarakat, dan mengetahui bagaimana cara mempromosikan suatu produk agar dapat terjual.

2. METODE

Adapun tahap pelaksanaan kegiatan ini dilakukan beberapa tahap diantara sebagai berikut :

1. Persiapan Kegiatan

Persiapan yang dilakukan tim PkM bazar ramadhan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima dengan melibatkan para dosen dan mahasiswa dengan tema “ Pengembangan Jiwa Kewirausahaan mahasiswa melalui bazar Ramadhan di era covid-19” yang dilaksanakan mulai tanggal 02-09 Mei 2021. Pendekatan yang digunakan dalam hal ini dengan memberikan informasi secara langsung yaitu dengan menjumpai grup kelas dan secara online melalui *wa class* dan *google classroom* serta pendataan secara langsung oleh panitia bazar ramadhan kepada mahasiswa yang akan berpartisipasi.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan ini dilakukan mulai dari tanggal 02-09 Mei 2021 jam 15.30 Wita sampai dengan selesai yang berlokasi di lapangan Serasuba Kota Bima. Target ataupun sasaran dari pada kegiatan ini yaitu mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima dan masyarakat yang berada disekitaran area bazar. Dengan prosedur yang dilakukan yang pertama yaitu dengan menata produk yang akan dijual pada meja yang disediakan oleh panitia. Kemudian mempromosikan manfaat produk yang dijual dan menginformasikan bahwa produk tersebut dapat di lihat di jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan wa. Lalu yang kedua dengan menyebarkan atau membagikan brosur dan kalender penerimaan mahasiswa baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima.

3. Monitoring dan Pelaporan

Pada tahap ini tim panitia PKM bazar ramadhan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima melakukan evaluasi hasil penjualan dan menandatangani presensi kehadiran mahasiswa, dosen pendamping dan panitia bazar ramadhan. Kemudian dosen pendamping membuat pelaporan hasil bazar ramadhan dalam bentuk *power point* lalu di monitoring oleh panitia PKM bazar ramadhan. Setelah itu Panitia PKM bazar ramadhan juga membuat laporan lanjutan yang akan diserahkan kepada ketua STIE Bima dan salah satu bentuk pelaporan tersebut di terbitkan pada media online kota bima yaitu kahaba.net. *Follow-up* dari kegiatan ini yaitu membangun komunitas bisnis yang akan di inkubasi ke dalam inkubator bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima guna mendata mahasiswa yang berkompeten di dalam usahanya ataupun masyarakat calon usaha muda dan atau UMKM yang ada di kota bima serta produk-produk unggul yang siap di pasarkan secara online dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan bazar ramadhan berlangsung, panitia PKM bazar ramadhan STIE Bima memberikan informasi kepada seluruh mahasiswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dalam penyampaian informasi panitia PKM bazar ramadhan STIE Bima memberikan informasi mengenai hari, waktu pelaksanaan, tempat, dan jenis-jenis produk yang akan di jual di pasar ramadhan. Serta membagi mahasiswa menjadi beberapa kelompok yang didampingi oleh satu orang dosen pendamping. Mahasiswa yang sudah terbagi melakukan diskusi dan patungan modal usaha. Setelah modal usaha terkumpul maka mahasiswa yang didampingi oleh dosen pendamping kelompok. membeli berbagai bahan baku produk kemudian meraciknya menjadi berbagai sebah produk yang akan dijual di pasar bazar.



Gambar 1. Diskusi dan Patungan Modal Usaha Bazar Ramadhan oleh kelompok mahasiswa.



Gambar 2. Salah Satu Produk Mahasiswa yang siap di jual.

Setelah Semua produk terkumpul maka panitia PKM Bazar ramadhan, dosen pendamping, dan mahasiswa pergi ke lokasi bazar untuk melakukan kegiatan bazar ramadhan sambil membagikan bosur guna mempromosikan kampus.



Gambar 3. Pembagian Brosur Dan Kalender PMB



Gambar 4. Produk Bazar Ramadhan



Gambar 5. Promosi Produk



Gambar 6. Kelompok Mahasiswa dan Dosen Pendamping



Gambar 7. Panitia PKM Bazar Ramadhan

Hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan kegiatan PKM bazar ramadhan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima yang berlokasi di lapangan Serasuba Kota Bima yaitu berupa penjualan berbagai produk yang dihasilkan oleh mahasiswa, dan promosi produk, pembagian brosur dan kalender PMB, dan komunikasi langsung dengan masyarakat dan atau pembeli yang

berkunjung mengenai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. Adapun pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung memberikan hasil sebagai berikut :

1. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman mahasiswa dalam pembuatan dan pemasaran produk dan promosi kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima.
2. Mahasiswa dapat menjalin komunikasi yang baik antar mahasiswa maupun pengunjung/pedagang sekitar bazar terkait informasi yang lengkap tentang keinginan konsumen, selera konsumen, serta saran maupun kritik dari pembeli.
3. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan mahasiswa di dalam pemanfaatan di jejaring sosial sebagai media promosi produk.
4. Membentuk karakter jiwa kewirausahaan mahasiswa dengan karakteristik yang dimiliki seperti kreatifitas, dedikasi, determinasi, seleksibilitas, kepercayaan diri, dan cerdas.

Sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan bazar ramadhan maka tim PKM panitia bazar ramadhan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima membuat laporan tertulis dan memberikan informasi hasil pelaksanaan kegiatan di media Online yaitu kahaba.net melalui link <https://kahaba.net/berita-kota-bima/86180/gelar-bazar-ramadan-stie-bima-fasilitasi-jiwa-enterpreneurship-mahasiswa.html>. Setelah bazar ramadhan berlangsung panitia tetap melakukan evaluasi lebih lanjut dengan mendata mahasiswa-mahasiswa yang fokus akan produk yang dibuat dan akan diberikan pelatihan lebih lanjut yang tergabung di inkubator bisnis STIE Bima.

4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui bazar ramadhan di era covid-19 mendapat respon yang sangat bagus dari masyarakat maupun pedagang disekitar lapangan serasuba kota bima. Hampir semua masyarakat tertarik membeli produk dan mendaftarkan anak-anaknya untuk melanjutkan pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. selain itu mahasiwa mengetahui trik dan strategi berjualan dan menambah wawasan pengetahuan dalam niaga. Kemudian diharapkan kegiatan bazar ramadhan ini dapat dilaksanakn secara rutin di bulan ramadhan dalam kurun waktu yang lebih lama. Dengan begitu dapat membuat *marketshare* dan *marketleader* tersendiri bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima untuk menguasai pasar yang ada di Kota Bima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, dosen, Panitia PKM Bazar Ramadhan dan mahasiswa yang telah memberikan dukungan dan kontribusi penuh pada pelaksanaan kegiatan ini sehingga berjalan sesuai rencana dengan lancar, aman dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, I. S. . (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. Komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144.
- Banu, S. H. B. (2009). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2, 114–122. BB Siswoyo - Jurnal Ekonomi Bisnis, 2009 - fe.um.ac.id
- Hasanah, L. lak N. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi melalui Social Project Competition. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 90. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.40210>
- Karlina, N., Halim, H. A., Azizi, M. F., Athusholihah, A., & Tarliyah, A. (2020). Pemberdayaan Jiwa Kewirausahaan Masyarakat Desa Cisempur Dan Pendampingan Kewirausahaan Berbasis
-
- P-ISSN 2646-5632 | E-ISSN 2642-7174

- Ecommerce. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 262.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i3.24592>
- Prastya Nugraha, A. . dan, & Wahyuhastuti, N. (2017). START UP DIGITAL BUSINESS: SEBAGAI SOLUSI PENGGERAK WIRAUSAHA MUDA. *Jurnal NUSAMBA*, 2(1), 1–8.
- Soegoto, E. . (2014). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. PT. Alex Media Komputindo.
- Sudjana. (2015). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. SALEMBA EMPAT.
- Wibowo, H., Hidayat, S., Arroyana, H., Sofandi, A. N. F., Permana, A. D., & Salsabila, N. (2018). Edukasi Kewirausahaan Untuk Mengembangkan. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 41–50.
- <https://kahaba.net/berita-kota-bima/86180/gelar-bazar-ramadan-stie-bima-fasilitasi-jiwa-entrepreneurship-mahasiswa.html>.