

## **SOSIALISASI DAN EDUKASI MEMBANGKITKAN SEMANGAT ENTERPRENEURSHIP KAMPUS MELALUI WEBINAR PELUANG USAHA STRATEGIS DI MASA PANDEMI DAN NEW NORMAL**

**Warsidah, Neva Satyahadewi, Gusti Eva Tavita, Bambang Kurniadi, Lucky  
Hartanti, Shifa Helena**  
Universitas Tanjungpura  
Email: warsidah@fmipa.untan.ac.id

### **Abstrak:**

Perekonomian nasional adalah salah satu sektor yang terdampak berat dengan adanya pandemic covid 19. Entrepreneurship yang berlangsung di dalam kampus atau dilaksanakan oleh mahasiswa, selama ini telah memberi warna khusus dalam kancah bisnis, telah ikut goyah dihantam tsunami pandemic, karena banyaknya pembatasan kegiatan sebagai usaha pemerintah dalam memutus mata rantai penularan virus covid 19. Lesunya gairah bisnis sejak awal tahun 2019 sampai akhir tahun 2021, akhirnya mendorong untuk dilakukan sosialisasi dalam kampus terkait peluang-peluang bisnis selama masa pandemi yang bertujuan untuk membangkitkan kembali semangat berusaha kepada mahasiswa selama masa pandemic sampai menuju masa new normal. Kegiatan ini kemudian dirumuskan kembali dalam bentuk webinar yang diinisiasi oleh Himpunan Mahasiswa Ilmu Kelautan dan Dosen pembina kegiatan kemahasiswaan, yang dihadiri sekitar 60 mahasiswa dalam jurusan yang sama. Kegiatan dilaksanakan pada hari Jumat, 11 Maret 2022 berlangsung dengan baik, aktivitas mahasiswa bertanya dalam forum tersebut sangat tinggi dan beberapa mahasiswa juga menyampaikan ide-ide bisnis yang sedang direncanakan ataupun sudah dalam tahap akan realisasi.

**Kata Kunci:** *Kewirausahaan, bisnis, pandemi, sosialisasi, realisasi*

### **Abstract:**

The national economy is one of the sectors that has been heavily affected by the COVID-19 pandemic. Entrepreneurship especially those that take place on campus or carried out by students, has so far given a special color to the business scene, has also been shaken by the tsunami pandemic, due to the many restrictions. activities as a government effort in breaking the chain of transmission of the covid 19 virus. The sluggish business passion from the beginning of 2019 to the end of 2021, finally prompted socialization on campus related to business opportunities during the pandemic which aims to revive the spirit of doing business to students during the the pandemic period to the new normal. This activity was then reformulated in the form of a webinar initiated by the Marine Science Student Association and a lecturer for student activities, which was attended by around 60 students in the same major. The activity was carried out on Friday, March 11, 2022, going well, student activity asking questions in the forum was very high and some students also conveyed business ideas that are being planned or are already in the stage of being realized.

**Keywords:** *Entrepreneurship, business, pandemic, socialization, realization*

## **Pendahuluan**

Sejak tahun 2017 dunia bisnis Indonesia sudah mulai dimarakkan dengan lahirnya start up atau usahawan baru dari kampus, dengan merambah berbagai macam bisnis mulai dari fashion, jasa organizer/manajemen, sampai real estate. Mahasiswa sebagai generasi millennial memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan bangsa, dengan jangkauan pikir yang luas dapat membuat suatu perubahan besar yang kemudian menjadi trend di masyarakat. Kemampuan generasi millennial sebagai pelopor perubahan, telah berhasil menciptakan hal-hal yang baru, bukan sekedar mengikuti trend yang sudah ada, sehingga diistilahkan sebagai agen perubahan (Ambarwati dan Sobari, 2020). Jauh sebelum masa pandemi, perguruan tinggi telah menyisipkan pendidikan Kewirausahaan secara formal dalam kurikulum hampir semua program studi, sebagai bekal saat menjadi sarjana dan terjun ke masyarakat, yang direspon dengan antusiasme dan gairah luar biasa dari mahasiswa yang memiliki bakat entrepreneur. Matakuliah Kewirausahaan menjawab permasalahan sarjana lulusan perguruan tinggi yang sangat kecil kemungkinan untuk dapat diserap di lapangan kerja pemerintah sebagai aparatur sipil negara (ASN) atau di sektor perusahaan swasta, dengan harapan bahwa sarjana-sarjana tersebut dapat menciptakan lapangan kerja sendiri bahkan untuk mengakomodir lulusan perguruan tinggi yang tidak terbilang lagi banyaknya.

Menurut Gunawan (2020) bahwa salah satu karakteristik dari generasi milenial itu adalah memiliki kemampuan teknologi informasi yang tinggi, dimana kehidupan sehari-harinya sangat lekat dengan teknologi dan internet. Kemampuan ini sangat mendukung kehidupan berwirausaha di usia muda tersebut. Kewirausahaan yang sering dikenal dengan kata entrepreneurship adalah suatu tindakan kreatif yang berkembang secara dinamis dengan berani menghadapi resiko, sedangkan entrepreneur atau adalah pelaku kewirausahaan dengan ciri-ciri yang tangguh dan penuh semangat untuk tujuan pengembangan usaha demi kesejahteraan orang banyak (Purnomo, et al., 2020).

Awal tahun 2019, dengan kehadiran pandemi covid 19 telah memberikan dampak buruk yang sangat kuat terhadap pertumbuhan perekonomian masyarakat di seluruh pelosok Indonesia. Menurunnya daya beli masyarakat akibat pembatasan kegiatan masyarakat telah menjadikan trauma bagi hampir semua pengusaha. Pertumbuhan ekonomi menjadi statis, dan efeknya sangat kuat dirasakan oleh pelaku usaha dan bisnis (Setiawan, 2020). Gairah berwirausaha termasuk di kalangan millennial kemudian redup sampai pertengahan tahun 2021.

Dengan usaha yang keras untuk keluar dari masa pandemi, dibarengi dengan sosialisasi dan kegiatan-kegiatan kampus yang dapat membangkitkan kembali gairah berusaha dengan memanfaatkan kondisi-kondisi yang sangat terbatas, sehingga sangat perlu untuk dilakukan seminar secara online untuk memberikan ilustrasi terkait peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan selama dalam masa pandemi dan persiapan untuk bisnis di masa new normal.

## **Metode Penelitian**

### **Perencanaan kegiatan**

Kegiatan ini direncanakan sebagai suatu kegiatan rutin himpunan jurusan Ilmu Kelautan dalam usaha untuk mengedukasi mahasiswa untuk meningkatkan

semangat dan kemampuan berwirausaha. Perencanaan melibatkan dosen pembina kegiatan kemahasiswaan dan koordinasi dengan pihak fakultas dalam penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan mahasiswa sebagai panitia dan peserta kegiatan. Undangan mengikuti kegiatan ini disebarkan kepada 100 mahasiswa dari berbagai program studi dalam Fakultas MIPA. Selain itu, panitia juga mempersiapkan segala peralatan dan bahan yang dibutuhkan untuk kegiatan tersebut, termasuk di antaranya untuk menghadirkan pemateri kegiatan, link zoom dan pamflet yang harus diadakan sebelum hari H kegiatan.

### **Tempat dan waktu**

Kegiatan dilaksanakan pada hari Jumat tgl 11 Maret 2022 pukul 15.30 secara online, selain karena masih dalam masa pandemic dan sistem pembelajaran di kampus masih online, sehingga mahasiswa pada umumnya berada di kampung masing-masing. Ruang meeting zoom merupakan sarana penting di dalam melaksanakan kegiatan ini.

### **Monitoring dan evaluasi kegiatan**

Monitoring dilaksanakan selama kegiatan berlangsung dengan memperhatikan jumlah kehadiran mahasiswa, aktivitas bertanya dan kemampuan mengeluarkan ide-ide bisnis dari mahasiswa. Evaluasi kegiatan dilihat setelah berlangsungnya kegiatan, melalui diskusi dan tanya jawab langsung antara peserta dan mahasiswa.

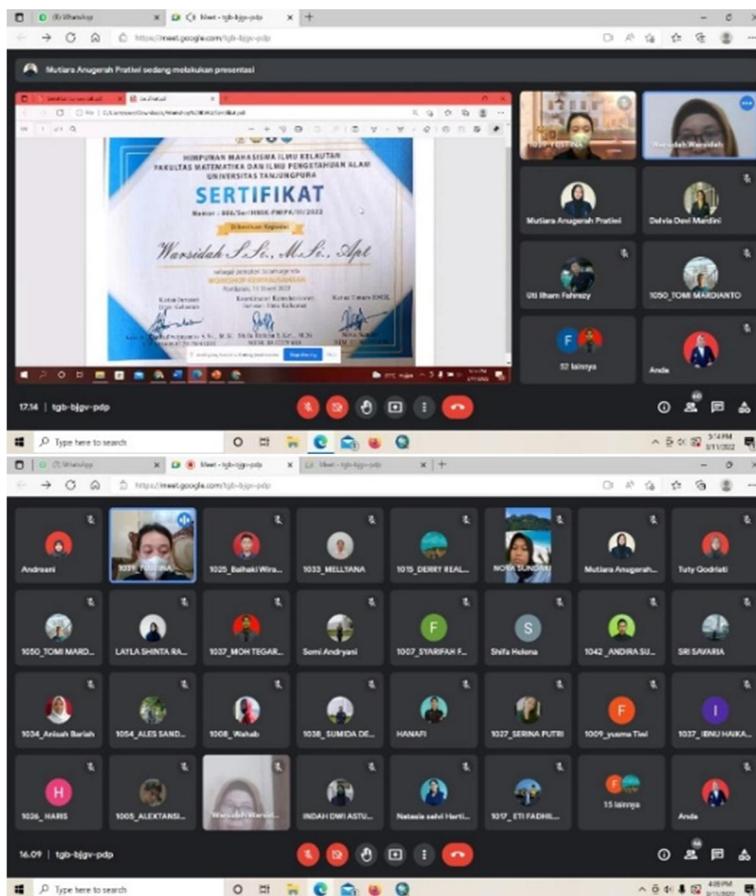
### **Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Pentingnya pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi telah disadari dan direspon oleh pemerintah dengan sangat bagus dengan hadirnya mata kuliah Kewirausahaan dalam kurikulum di semua perguruan tinggi sebagai matakuliah wajib. Selain itu juga, terlihat semakin banyaknya program kompetisi pendanaan bagi Kewirausahaan berbasis kampus, dan seminar-seminar tentang kewirausahaan, pameran produk hasil usaha sampai kepada pembinaan dan pendampingan Wirausaha kampus oleh perusahaan atau instansi yang terkait. Program yang berkaitan dengan pengembangan jiwa Kewirausahaan di kampus bermunculan di beberapa direktorat pendidikan tinggi di antaranya adalah Direktorat Kemahasiswaan (2017) dengan PKM, Direktorat Jenderal Penguatan Inovasi (2017) dengan program wirausaha berbasis iptek serta Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (2017) dengan program iptek bagi Kewirausahaan yang dilakukan secara berkala tahunan telah berhasil melakukan penelusuran wirausaha baru dan pembinaan wirausaha dari kampus. Tahun 2017, wirausahawan dari kampus bermunculan mewarnai dunia bisnis Indonesia yang dinamis, dengan segala jenis dan bentuk usaha.

Menurut Bahri (2019) bahwa seorang wirausahawan memiliki bakat, kemampuan dan keinginan yang kuat dalam melihat suatu peluang usaha, mengatur cara produksi dan manajemen dalam pemasaran, permodalan dan keuangan. Wirausahawan adalah seorang yang berjiwa inovatif dan kreatif, sehingga mampu mengubah sebuah kesempatan menjadi ide bisnis yang memiliki nilai tambah. Kehadiran wirausahawan muda yang berasal dari kampus secara signifikan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan pekerjaan di berbagai sektor. Untuk itu, pemerintah berusaha keras mendorong lahirnya banyak wirausahawan baru dari kampus, terutama lagi

bahwa generasi millennial dari kampus sangat lekat dengan peradaban teknologi informasi.

Wirausaha generasi millennial mencakup usia lulus sekolah atau sarjana strata satu, termasuk di antaranya mahasiswa, makin marak mewarnai dunia kewirausahaan, dan kemudian terdampakk berat oleh adanya pandemic covid 19. Pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar dan program pembatasan kegiatan masyarakat dari awal pandemic telah menyebabkan banyaknya perusahaan besar yang tidak beroperasi sehingga harus merumahkan karyawannya. Demikian juga dengan usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) dan industri rumah tangga, terimbas dengan program pembatasan tersebut.



**Gambar 3.1.** Seminar Peluang dan Strategis Berwusaha Selama Pandemic Covid 19

Dari webinar yang diselenggarakan oleh tim pelaksana kegiatan ini beberapa point penting dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan proyeksi bisnis di masa pandemic.

Pembeli atau konsumen adalah komponen perdagangan yang sangat penting dalam berlangsungnya suatu usaha dan menjadi target untuk pemasaran produk, sehingga langkah pertama yang harus dilakukan dan diutamakan adalah melakukan peningkatan pelayanan kepada konsumen. Komponen kedua perdagangan adalah produk, selain produk harus menarik sebagai hasil inovasi dan kreativitas, produk yang dipasarkan juga harus memiliki pengemasan yang menarik, atau bonus pembelian yang menggoda konsumen seperti dapat dilakukan

dengan memberikan bonus tambahan atau diskon (potongan harga) pada pembelian produk dengan batasan minimal. Setelah mengetahui target pasar

Setelah mengupayakan produk yang representative serta sudah menentukan konsumen atau target pemasarannya, selanjutnya adalah usaha untuk memasarkan dengan media yang sesuai. Khususnya dalam masa pandemi, dengan pembatasan sosial dan pembatasan kegiatan masyarakat untuk mencegah terjadinya titik kumpul atau memutus mata rantai penyebaran virus covid, maka penjualan menggunakan sosial media adalah pilihan yang paling tepat dan fungsional.

Perkembangan media sosial dengan pesatnya, begitu sangat terasa selama pandemic, karena telah memperdekat jarak dan mengefesienkan penggunaan ongkos. Menurut Mirza (2019) dalam berbisnis, generasi millennial yang paling lekat dalam menggunakan teknologi informasi sangat tepat untuk memanfaatkan media sosial seperti instagram dan facebook ataupun jenis lain yang menggunakan platform pemasaran produk secara online seperti shopee, tokopedia, lazada dan beberapa platform bisnis online lainnya. Kegiatan bisnis secara online ini dapat dilakukan di mana saja, karena sudah didukung oleh transportasi yang juga dapat dipesan secara online seperti gojek, maxim dan grab, yang memudahkan transaksi jual beli tanpa harus bertemu antara pembeli dan penjual. Menurut Park et al (2017) bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap kewirausahaan karena menjadi media bagi para wirausahawan untuk menemukan peluang bisnis berdasarkan kebutuhan pasar atau produk yang sedang trending. Saefuloh (2020) berpendapat bahwa mahasiswa sangata lekat dengan handphone karena dapat meningkatkan produktivitas berusaha, menghemat waktu dan pengeluaran lain seperti untuk transport serta membina hubungan sosial antar sesama wirausahawan.

Selain materi di atas, ada juga beberapa usaha yang berpeluang untuk dijadikan obyek usaha dalam masa pandemi ini adalah barang elektronik yang baru ataupun bekas tapi mulus. Mengingat kebutuhan akan handphone dan laptop selama pandemic karena menjadi sarana dalam proses pembelajaran di sekolah dan kampus, telah mendorong transaksi jual beli barang elektronik kedua jenis ini, baik oleh pengusaha dengan label toko resmi maupun dengan toko kecil bahkan tanpa harus mengatasnamakan penjualan toko yang dengan system ecommerce melalui media sosial dapat menjalankan proses perdagangan dengan lancar. Nilai dari transaksi perdagangan barang elektronik meningkat drastis selama masa pandemi Covid-19 (Amri, 2020) sampai mencapai angka US\$ 130 miliar pada tahun 2020. Selain penjualan barang elektronik ini, beberapa produk yang secara signifikan mengalami kenaikan drastis adalah produk dan kesehatan serta APD sampai 90%, produk yang menunjang hobi sampai naik 70% seperti kembang, produk makanan naik sampai 350 %, dan demikian juga dengan makanan-minuman herbal/kesehatan mengalami kenaikan sampai 200 %. Yang paling penting dari semua

## Penutup

Dari kegiatan webinar peluang usaha strategis di masa pandemic covid 19 ini dapat disimpulkan antara lain :

1. Antusiasme mahasiswa yang hadir dalam kegiatan webinar ini sangat tinggi dengan banyaknya mahasiswa yang hadir dan aktivitasnya dalam forum diskusi dalam menyampaikan ide-ide bisnis yang akan dijalankan ataupun sedang dalam proses realisasi.
2. Mahasiswa termotivasi kembali untuk berpartisipasi sebagai pelaku bisnis melalui keikutsertaannya dalam program-program Wirausaha yang telah diinisiasi kampus.
3. Seorang wirausahawan harus selalu menjaga semangat dan motivasi entrepreneurship karena akan menjadi faktor yang sangat menentukan kemampuan untuk bertahan atau tidak menyerah pada keadaan.

## Daftar Pustaka

- Ambarwati, A., & Sobari, I. S. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.736>
- Amri, A., (2020), Dampak Covid 19 terhadap UMKM Indonesia, *Jurnal Brand*, Volume 2 No. 1, Juni 2020
- Bahri. (2019). *Pengantar Kewirausahaan*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Direktorat Kemahasiswaan. (2017). *Pedoman Program Kreativitas Mahasiswa Tahun 2017*. Jakarta: Direktorat Kemahasiswaan Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
- Direktorat Jenderal Penguatan Inovasi. (2017). *Panduan Program Calon Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi Dari Perguruan Tinggi (Calon Startup) Tahun 2018*. Jakarta: Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
- Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat. 2017. *Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XI Tahun 2017*. Jakarta: Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
- Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha Di Sekolah SMA Desa Karangasih Cikarang. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.26874/jakw.v1i1.11>
- Mirza, A. D. (2019). *Milenial cerdas finansial*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Purnomo, A., Sudirman, A., Hasibuan, A., Sudarso, A., Sahir, S. H., Salmiah, S., Mastuti, R., Chamidah, D., Koryati, T., & Simarmata, J. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.

- Park, J. Y., Sung, C. S., & Im, I. (2017). Does social media use influence entrepreneurial opportunity? A review its moderating role. *Sustainability*, 9(1593).
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi terhadap peluang bisnis online melalui media sosial dan hubungannya dengan minat berwirausaha: studi kasus pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Journal Bisnis & Kewirausahaan*, 16(1).Setiawan, H. C. B. (2020). *Redesign Bisnis Pasca Pandemi Covid-19: Prespektif UMKM, BUMDes & Usaha Ekonomi Pesantren*. Mukmin Publishing