



PROSIDING



SEMINAR HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT 2020

TEMA

MEMBANGUN KEARIFAN LOKAL MELALUI
INOVASI MENUJU MASA DEPAN KREATIF

DISELENGGARAKAN
UNIVERSITAS MUSLIM NUSANTARA AL WASHLIYAH
MEDAN, 27-29 APRIL 2021

PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN PEMUDA PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI KELURAHAN TUALANG KEC. PERBAUNGAN SERDANG BEDAGAI

Muhammad Hilman Fikri¹⁾, Abdul Rasyid Syamsuri²⁾, Andini Arianti³⁾

Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah¹⁾

Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah²⁾

Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah³⁾

hilmanfikri@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Banyaknya generasi muda saat ini yang putus sekolah sebelum dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi berdampak pada pengangguran yang belum teratasi. Sasaran program ini ditujukan kepada masyarakat penduduk Kel. Tualang khususnya pemuda dalam rangka mengembangkan skill mereka untuk mengembangkan kegiatan kewirausahaan. Pemuda sebagai penggerak kegiatan perekonomian dapat menjadikan bidang kewirausahaan sebagai wadah tempat mengasah kegiatan entrepreneurship yang hal ini banyak dilakukan para pemuda di wilayah lain dan sudah terbukti banyak yang mendapatkan keberhasilan ketika menjalankannya, disamping pemuda merupakan adalah asset bangsa terbesar pemuda juga pada saat sekarang dapat memberikan pengaruh terhadap perjalanan bangsa Indonesia.

Kata Kunci: Entrepreneurship, Pemuda

ABSTRACT

The large number of young people currently dropping out of school before they can continue to higher education has an impact on unresolved unemployment. The target of this program is aimed at the people living in Kel. Tualang especially youth to develop their skills to develop entrepreneurial activities. Youth as a driving force for economic activity can make entrepreneurship a place to hone entrepreneurship activities, which is done by many young people in other areas and it has been proven that many have gained success when running it, youth is the nation's greatest asset, youth also now can influence the journey of the Indonesian nation.

Keywords: Entrepreneurship, Youth

1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 juga telah menghimpit sektor ekonomi dengan sangat signifikan. Secara global, dampaknya yang sangat terasa pada perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini dapat diprediksi dari laporan Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) menyebutkan bahwa pandemi ini berimplikasi terhadap ancaman krisis ekonomi besar yang ditandai dengan terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, jatuhnya bursa saham yang pada akhirnya mengarah kepada ketidakpastian (Pakpahan, 2020). Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia (atau sekitar 99 persen dari total unit usaha) dan mempekerjakan 116.978.631

tenaga kerja, atau sekitar 97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi (Pakpahan, 2020).

Penerapan normal baru ditingkat Desa/Kelurahan tidak hanya bertumpu atau bersumber dari berbagai Protokol yang dikeluarkan oleh Kementerian /Lembaga. Pemuda merupakan generasi muda yang memiliki peranan penting bagi kehidupan sosial masyarakat, karena pemuda merupakan sosok yang dikenal memiliki energi yang lebih. Studi-studi tentang evaluasi program penguatan pemuda dan masyarakat dalam berwirausaha bukanlah studi-studi yang baru, namun telah banyak dilakukan baik oleh akademisi maupun para praktisi pekerja sosial. Angka pengangguran tersebut naik secara jumlah dibandingkan Agustus 2018 sebesar 7 juta orang atau turun secara persentase sebesar 5,34% (Katadata.co.id, 24 Oktober 2020). Banyaknya pengangguran (baik yang memiliki keterampilan dan tidak berpendidikan tinggi maupun pengangguran yang memiliki pendidikan formal sampai di tingkat sarjana atau pengangguran intelektual) karena pertumbuhan ekonomi suatu negara yang rendah, ataupun karena krisis ekonomi yang berkepanjangan, sehingga tidak mampu menampung antara penambahan tenaga kerja baru dan ketersediaan lapangan kerja baru. Istilah pemuda jika merujuk pada World Health Organization (WHO) dikenal sebagai “young people” yakni individu manusia yang berusia 10-24 sesuai dengan kriteria dari International Youth Year tahun 1985. Sebelum terjadi wabah Pandemi Covid-19, ternyata kaum muda dunia mayoritas dalam kondisi menganggur.

Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pengangguran di Indonesia, antara lain:

1. Jumlah pencari kerja lebih besar dari jumlah peluang kerja yang tersedia (kesenjangan antara supply and demand).
2. kesenjangan antara kompetensi pencari kerja dengan kompetensi yang dibutuhkan oleh pasar kerja (mis-match),
3. masih adanya anak putus sekolah dan lulus tidak melanjutkan yang tidak terserap dunia kerja/berusaha mandiri karena tidak memiliki keterampilan yang memadai (unskill labour),
4. terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) karena krisis global, dan Kelima, terbatasnya sumber daya alam di kota yang tidak memungkinkan lagi warga masyarakat untuk mengolah sumber daya alam menjadi mata pencaharian. Dari gambaran tersebut di atas maka perlu dikembangkan program-program kewirausahaan pemuda dalam rangka mempercepat penurunan angka pengangguran.
5. Berdasarkan dari kejadian pandemi covid 19 yang melanda seluruh negara di Dunia termasuk Indonesia sehingga terjadinya penurunan pendapatan masyarakat baik itu daya beli sampai ke seluruh sektor ekonomi masyarakat. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pelatihan kepada pemuda dalam rangka mengembangkan diri dengan melalui salah satunya dengan berwirausaha.

Dengan mengetahui beberapa permasalahan tersebut, maka tim Program Kemitraan Masyarakat dalam kesempatan ini memfokuskan pada peningkatan kewirausahaan pada

pemuda di Kelurahan Tualang Kec. Perbaungan, lebih tepatnya pada pemasaran secara online yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan usaha kecil mandiri. Kelurahan Tualang Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai terdiri dari 11 lingkungan dan penduduk sebanyak 9 335 jiwa



Gambar 1 :Situasi Kelurahan Tualang Kec. Perbaungan

Banyaknya generasi muda saat ini yang putus sekolah sebelum dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi berdampak pada pengangguran yang belum teratasi. Sasaran program ini ditujukan kepada masyarakat penduduk Kel. Tualang untuk mengembangkan skill mereka dalam mengembangkan kegiatan Kewirausahaan. Masalah yang dihadapi masyarakat kelurahan Tualang saat ini dapat memberikan sosialisasi terhadap kegiatan pemuda,

Beberapa permasalahan yang ingin diatasi melalui program ini antara lain:

- a. Bagaimana meningkatkan peran masyarakat khususnya pemuda dalam rangka mengembangkan diri dengan melakukan kegiatan wirausaha dengan hasil yang dapat dirasakan oleh masyarakat di Kel. Tualang
- b. Dapat memberikan pemahaman dan motivasi masyarakat khususnya kepada pemuda di Kel. Tualang dalam melakukan strategi berwirausaha dalam mewujudkan wirausahawan yang mandiri.
- c. Menumbuhkan rasa kemandirian bagi pemuda, sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan memberikan manfaat kepada masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan ini diharapkan akan mencapai target dengan indikator peserta memahami tentang standar sehat dalam Konteks ekonomi melalui praktik wirausaha. Beberapa indikator luaran yang akan dicapai diantaranya: mengenal dan memahami perannya sebagai pemuda yang menjadi harapan penerima estafet prestasi, menambah wawasan para pemuda dalam praktik wirausaha, mempersiapkan pemuda desa agar mampu bersaing didunia kerja setelah menjalani kegiatan dan atau saat bekerja di instansi tempatnya bekerja.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah pada kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode ceramah untuk tahap sosialisasi peningkatan penjualan.
2. Metode demonstrasi untuk tahap pelatihan pemasaran produk online.

Untuk mendukung terealisasinya program pengabdian masyarakat yang telah direncanakan, maka langkah-langkah Prosedur kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut : Melakukan identifikasi terhadap kebutuhan dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi

- A. Melakukan sosialisasi di Kel. Tualang Kabupaten Serdang Bedagai
- B. Menyusun Bahan /Materi Sosialisasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Tualang Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedaga Kegiatan ini disambut dengan baik oleh Lurah aparat desa dan para pemuda didaerah tersebut. Kegiatan pengabdian ini dimulai dari persiapan : pengadaan sekaligus penggandaan modul , sosialisasi program, penentuan lokasi, waktu dan tempat kegiatan dan kegiatan inti yakni sosialisasi dalam meningkatkan kewirausahaan pemuda. Para peserta sangat antusias dalam kegiatan ini, hal ini dibuktikan dengan peserta yang menghadiri pengabdian sebanyak 30 orang warga.

Dalam pengabdian masyarakat ini diharapkan peran pemuda dalam meningkatkan kegiatan kewirausahaan. Oleh karenanya diharapkan pada era millennial para pemuda sebagai penggerak kegiatan perekonomian dapat menjadikan bidang kewirausahaan sebagai wadah tempat mengasah kegiatan entrepreneurship yang hal ini banyak dilakukan para pemuda diwilayah lain dan sudah terbukti banyak yang mendapatkan keberhasilan ketika menjalankannya, disamping pemuda merupakan adalah asset bangsa terbesar pemuda juga pada saat sekarang dapat memberikan pengaruh terhadap perjalanan bangsa Indonesia. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan, yaitu :

1. Timbulnya motivasi dan kesadaran diri para pemuda dalam berwirausaha, bahwasannya wirausaha dapat memberikan dampak yang cukup besar untuk keberlangsungan pemuda di masa mendatang.
2. Pemahaman para pemuda dalam berwirausaha dan tata cara menjalankan kegiatan wirausaha skill yang mereka miliki. Seperti iklan bersponsor di Facebook dan Instagram yang saat ini banyak digandrungi masyarakat baik remaja hingga dewasa.
3. Pemahaman para pelaku usaha dalam membuat iklan bersponsor di media sosial. Mulai dari tahapan pembuatan akun media sosial, mengolah bahasa dalam menerbitkan iklan bersponsor, menentukan target pasar (seperti usia, lokasi, jenis kelamin, dll), pemilihan daerah domisili iklan yang akan diterbitkan, pemilihan biaya yang akan digunakan dalam beriklan dan menentukan berapa lama iklan akan diterbitkan. Setelah tahap penerbitan iklan melalui media sosial para pelaku usaha

juga diajarkan tata cara melayani customer yang datang melalui media sosial mereka sehingga dapat terjalannya pembelian jangka panjang antara konsumen dan para pelaku usaha.

4. Kegiatan pelatihan ini tidak hanya satu arah, tetapi terjadi dua arah dengan adanya sesi diskusi. Diskusi berlangsung setelah penyampaian materi dengan tertib dan terarah.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kel. Tualang Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai telah berjalan dengan lancar dan para orang tua juga sangat antusias terhadap kegiatan tersebut. Kegiatan ini menambah motivasi, wawasan dan pemahaman mengenai kewirausahaan di sisi pemuda demi kemajuan dan kelangsungan pemuda kedepan. Selain itu para pemuda dituntut untuk disiplin dan komitmen dalam menjalankan wirausaha dan dapat konsisten sehingga peningkatan kualitas pemuda dapat tercapai.

REFERENSI

- Azmi, R.D & Aji, R,H,S (2020), “Kebangkitan Nasional; Pemuda Melawan pandemi Global” , jurnal ADALAH, Vol. 4 No. 1, 179-188
- ILO. Global Employment Trend for Youth. 2020
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. JIHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional, 20(April), 2–6. https://doi.org/https://doi.org/10.26593/j_ihi.v0i0.3870.59-64
- McKibbin , W., Fernando R., 2020, ”The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios, CAMA Centre for Applied Macroeconomic Analysis”, P. 1-43, Australian National University
- Ogamba, I,K (2018), “Millennials empowerment: youth entrepreneurship for sustainable development” World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development Vol. 15 No. 3
- Taufik & Ayuningtyas, E.A (2020), “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online,” Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 22 No. 01 Katadata.co.id, 28 Oktober 2020
- Terence A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan promosi. Edisi 8.Jakarta: