
PERAN MAHASISWA DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DI ERA PANDEMI COVID-19

Nurni Arrina Lestari

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

e-mail: nurniarrinalestari@ummi.ac.id

Corresponding author: nurniarrinalestari@ummi.ac.id

Informasi Artikel:

Terima: 10-04-2023

Revisi: 20-04-2023

Disetujui: 30-04-2023

ABSTRAK

Kegiatan KKN Tematik yang di laksanakan oleh Mahasiswa Muhammadiyah Kota Sukabumi merupakan sebuah kegiatan pengalaman belajar, penerapan dan pengembangan ilmu dan teknologi di luar lingkungan kampus yang melibatkan pemerintah setempat, masyarakat, maupun pihak swasta. KKN Tematik ini bertujuan untuk memecahkan masalah yang di hadapi masyarakat setempat, diharapkan Mahasiswa dapat membantu mengatasi masalah tersebut dan mencapai target yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Untuk membantu mengatasi masalah dan mencapai target, maka mahasiswa membuat beberapa program kerja yang berkaitan dengan ketahanan pangan, penyusunan laporan keuangan dan digital marketing. Dalam ketahanan pangan masyarakat diberikan wawasan tentang pemanfaatan pekarangan rumah dengan menanam bayam merah, tauge, dan kangkung hidroponik. Dengan pemanfaatan lahan pekarangan rumah dapat membuahakan hasil, yaitu mengurangi biaya untuk membeli sayuran. Penyusunan laporan keuangan bagi pelaku UMKM, ini dilakukan agar pelaku UMKM mudah mengajukan pinjaman KUR. Sedangkan digital marketing adalah pemanfaatan social media sebagai tempat memasarkan produk dari UMKM.

Kata Kunci: KKN Tematik, Ketahanan pangan, Laporan Keuangan, Digital Marketing

ABSTRACT

The Thematic KKN activity carried out by Muhammadiyah Students in Sukabumi City is an experiential activity for learning, applying, and developing science and technology outside the campus environment involving the local government, the community, and the private sector. This Thematic KKN aims to solve problems faced by the local community, it is hoped that students can help overcome these problems and achieve targets related to existing problems. To help overcome problems and achieve targets, students create several work programs related to food security, preparation of financial reports, and digital marketing. Like food security, the community was given insight into the use of home yards for growing red spinach, taught, and water spinach hydroponics. The use of home yard land can pay off, that is, reduce the cost of buying vegetables. The preparation of financial reports for MSME actors is done so that MSME actors can easily apply for KUR loans. Meanwhile, digital marketing is the use of social media as a place to market products from MSMEs.

Keywords: Thematic KKN, Food Security, Financial Reports, Digital Marketing

PENDAHULUAN

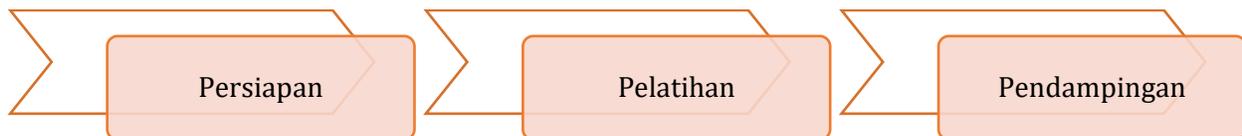
Kuliah kerja nyata (KKN) yang memberikan kesempatan belajar kepada mahasiswa di luar kampus tentang pemanfaatan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat, merupakan wujud dari tri dharma Perguruan Tinggi Muhammadiyah. KKN adalah salah satu jenis kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh perguruan tinggi yang diikuti mahasiswanya di bawah pengawasan dosen dan pejabat pemerintah setempat (Muniarty et al., 2021). Kuliah Kerja Nyata Tematik atau KKN adalah program yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah (kabupaten/kota) yang menitikberatkan pada bidang keilmuan tertentu dalam hubungannya dengan masalah kemasyarakatan dan arah tujuan pembangunan. KKN tematik berbasis *problem solving* untuk memecahkan masalah dengan tema tertentu sehingga kegiatan mahasiswa terfokus untuk mengatasi masalah tertentu dalam upaya mencapai target tertentu. Pelaksanaan kegiatan KKN tematik ini yaitu mengenai covid-19, maka dari itu kegiatan KKN tematik pada perguruan tinggi muhammadiyah sukabumi dilaksanakan dengan tema “Adaptasi Kebiasaan Baru Menuju *New Normal*”. Dalam menjalankan tema yang diambil oleh perguruan tinggi, DPL dan mahasiswa melakukan diskusi untuk menyusun strategi yang akan diambil. Adapun tema kegiatan yaitu berkaitan dengan perbaikan ekonomi masyarakat. Karena adanya covid-19 seluruh aspek makro dan mikro di Indonesia terhambat (Alhidayatullah, 2022). Pandemic covid-19 dinilai cukup memukul ritme perekonomian keluarga di Indonesia. Salah satu cara untuk menghemat pengeluaran konsumsi rumah tangga tetapi tetap sehat bagi tubuh yaitu masyarakat dapat memanfaatkan lahan terbatas di rumah masing-masing untuk bertanam sayuran. Menanam sayuran di lahan kecil berkontribusi pada kelestarian lingkungan sekaligus memastikan ketahanan pangan keluarga. Salah satu perhatian kritis dalam pembangunan suatu bangsa adalah ketahanan pangan (Simatupang, 2007). Dampak pandemic virus corona ini juga sangat berpengaruh di dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang begitu singkat pola pemasaran pun jadi ikut berubah terlebih pada pola pemasaran ketika diberlakukannya *social distancing* juga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Hananto et al., n.d.; Hanifah et al., 2021). Pemasar harus mulai memikirkan strategi lain bagaimana memasarkan produk atau jasa mereka pada konsumen (Hilmiana & Kirana, 2021). Salah satu cara yang harus digunakan adalah dengan mengoptimalkan pemasaran mereka melalui pemasaran online dan digital marketing sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya (Marpaung et al., 2021; Nurmilah et al., 2022).

Akibat kurang pahamnya masyarakat dalam menghadapi covid-19 ini, menimbulkan kerugian baik dari segi ekonomi, ketahanan pangan dan pelayanan masyarakat. Seperti dari segi ekonomi menimbulkan pendapatan sehari-hari berkurang, banyak yang terkena PHK ditempat mereka bekerja maupun yang berdagang konsumen mereka menjadi berkurang. Dari segi ketahanan pangan masyarakat cenderung membeli pangan tidak memproduksi

sendiri, sementara membeli cenderung harganya kurang terjangkau dibandingkan dengan memproduksi sendiri. Permasalahan di atas tentunya harus segera dicarikan solusinya oleh pemerintah. Dalam rangka memberikan sumbangsih dari Universitas Muhammadiyah Sukabumi, adalah dengan menurunkan mahasiswa dalam kegiatan KKN untuk berperan dalam membangkitkan perekonomian masyarakat di Kota Sukabumi.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan KKN dilaksanakan di Kecamatan Citamiang mulai tanggal 26 Juli 2020 sampai dengan tanggal 4 September 2020. Masyarakat dan UMKM yang ada di Kecamatan Citamiang menjadi sasaran pengabdian. Kegiatan ini diselesaikan dalam tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

1. Persiapan

Kegiatan persiapan ini adalah menyiapkan materi yang akan disampaikan pada saat pelatihan dan menentukan peserta yang akan ikut serta.

2. Pelatihan

Peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 20 pelaku UMKM untuk pelatihan penyusunan laporan keuangan dan strategi pemasaran efektif dengan memanfaatkan media social. Sedangkan untuk warga yaitu dengan memberikan pelatihan terkait penanaman sayuran di pekarangan rumah.

3. Pendampingan

Pendampingan disini yaitu kepada 20 pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan penyusunan laporan keuangan dan strategi pemasaran efektif. Dan mengajarkan kepada masyarakat, menanam benih sayuran dengan media yang telah dibuat sesuai dengan lahan yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini, dilaksanakan pada tanggal 26 Juli sampai dengan 04 September 2020. Dan merupakan kontribusi mahasiswa KKN yang berjumlah 14 orang, beserta Dosen pembimbing lapangan. Kegiatan ini berupa pelatihan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran efektif, serta pendampingan masyarakat terkait

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 1 Nomor: 1 (Mei: 2023) hal: 26-32

pemanfaatan lahan pekarangan rumah sebagai sumber ekonomi. Pelatihan penyusunan laporan keuangan dilakukan oleh mahasiswa Akuntansi dan pemasaran efektif oleh mahasiswa Administrasi Bisnis. Sedangkan pendampingan pemanfaatan lahan pekarangan rumah sebagai sumber ekonomi oleh mahasiswa biologi.

Hasil yang didapatkan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Pelatihan penyusunan laporan keuangan merupakan upaya yang dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan (SAK). Setelah pelatihan tentunya mahasiswa mendampingi pelaku UMKM, terkait pemahaman yang didapatkan selama pelatihan. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM selama mengikuti pelatihan adalah meningkatnya pengetahuan terkait penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan (SAK).



Gambar 2. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan



Gambar 3. Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

2. Era revolusi industry 4.0 memberikan gambaran tentang pemanfaatan digital sebagai alat pemasaran (*digital marketing*). Tentunya dalam *digital marketing* ini pelaku UMKM harus memiliki strategi pemasaran efektif dengan menggunakan *e-commerce* (Fadhilah & Pratiwi, 2021; Hadi et al., 2021; Sasongko et al., 2020).



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing

3. Mahasiswa memberikan pemahaman pemanfaatan pekarangan rumah untuk ditanami oleh sayuran, yang tentunya akan menghemat pengeluaran. Selain itu masyarakat mendapatkan wawasan dalam pembuatan media tanam di lahan yang sempit.



Gambar 3. Pembuatan Media Tanam

Berdasarkan pada hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Mahasiswa dan Dosen Pendamping Lapangan (DPL), dapat dijelaskan bahwa kegiatan ini dilakukan dalam rangka

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 1 Nomor: 1 (Mei: 2023) hal: 26-32

meningkatkan pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM untuk memanfaatkan *digital marketing* sebagai langkah meningkatkan penjualan. Dan meningkatkan wawasan warga untuk memaksimalkan lahan sekitar pekarangan ditanami oleh sayuran, yang bertujuan untuk menghemat biaya hidup ditengah pandemic covid-19.

SIMPULAN

Secara umum masyarakat mengalami kesulitan dalam berbagai hal karena adanya pandemi covid-19. Hal tersebut mencakup sektor makro dan sector mikro. Oleh sebab itu, perlunya suatu program kerja untuk yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Seperti program dalam ketahanan pangan dapat melaksanakan program kerja seperti (Menanam bayam merah, tauge, kangkung hidroponik) sampai panen dan mendapat keuntungan dari pemasarannya. Mengenai pemasaran, adapun program kerja dari pemasaran yaitu (Penjualan dan Pembukuan Keuangan UMKM Pabrik oncom, Penjualan UMKM Kripik di Sosial Media). Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat di Kecamatan Citamiang khususnya, di kota Sukabumi umumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan berakhirnya kegiatan KKN Tematik ini, kami mengucapkan terimakasih kepada Bapak Camat Kecamatan Citamiang yang telah mendampingi selama kegiatan KKN ini berlangsung. Dan juga kami ucapkan kepada masyarakat serta pelaku UMKM yang telah berkenan mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini sampai selesai. Ucapan terimakasih yang terakhir, yaitu kami berikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) kelompok 21 yang telah mendampingi dan membimbing sampai kegiatan ini berakhir.

REFERENSI

Alhidayatullah, A. (2022). *Edukasi Adaptasi Kebiasaan Baru (New Normal) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Alhidayatullah* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jpm.v3i1.1184>

Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22.

Hadi, D. F., Zakiah, K., & Bandung, I. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) UNTUK BERSAING DI ERA PANDEMI. *COMPETITIVE*, 16(1). <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive|32>

Hananto, S., Nugroho, P., Umma, N., Lianawati, N., Pornomo, H., & Kusumawati, G. R. (n.d.). *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM-Universitas*

Alahyan Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin (ECOS-PRENEURS)

Published by: PT Alahyan Publisher Sukabumi

e-ISSN: 3025-034X

Volume: 1 Nomor: 1 (Mei: 2023) hal: 26-32

Muhammadiyah Tasikmalaya Kesiapan Adaptasi Kebiasaan Baru Pencegahan Penularan Covid-19.

Hanifah, W., Oktaviani, A. D., Syadidurrahmah, F., Kundari, N. F., Putri, R. M., Fitriani, T. A., & Nisa, H. (2021). Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Cross-Sectional di Provinsi DKI Jakarta. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 24(2), 148–158. <https://doi.org/10.22435/hsr.v24i2.4162>

Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2021). PENINGKATAN KESEJAHTERAAN UMKM MELALUI STRATEGI DIGITAL MARKETING. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 124. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32388>

Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 294. <https://doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8273>

Muniarty, P., Pratiwi, A., & Rimawan, M. (2021). PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MELALUI KULIAH KERJA NYATA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BIMA. *JOURNAL OF EMPOWERMENT*, 2(2). <https://jurnal.unsur.ac.id/index.php/JE>

Nurmilah, R., Ade Sudarma, & Alhidayatullah, A. (2022). Culinary Tourism Development Strategy In Sukabumi. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, 1(2), 105–115. <https://doi.org/10.54099/ijebm.v1i2.351>

Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>