



Sosialisasi Dan Edukasi Pemanfaatan Marketplace Dalam Mengembangkan Minat Wirausaha Mahasiswa Guna Menunjang Ekonomi Mandiri

Anisa Vionita¹, Rejeki Nduru², Helmi Herawati³, Iwin Arnova⁴

¹Program Studi Akuntansi/FEB, Universitas Prof.Dr.Hazairin S.H

^{2,3,4}Mahasiswa Universitas Prof.Dr.Hazairin S.H

E m a i l : ¹Anisavionita1520@gmail.com, ²jekiwerlah@gmail.com³helmiherawati77@gmail.com ⁴iwinarnova89@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received Mei 28, 2024

Revised Juni 18, 2024

Accepted Juni 18, 2024

DOI.10.61930/jurnaladm/v2n2

Kata Kunci:

Edukasi, Marketplace, Wirausaha, Mahasiswa, Ekonomi

Keywords:

Education, Marketplace, Student Entrepreneurship, Independent Economy, Service Methods



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2024 by Anisa Vionita, et.al,
Published by Penerbit dan Percetakan CV.
Pimotiv

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas sosialisasi dan edukasi pemanfaatan marketplace dalam mengembangkan minat wirausaha mahasiswa. Fokus utama penelitian adalah pada bagaimana penggunaan platform marketplace dapat meningkatkan kemampuan dan minat mahasiswa dalam berwirausaha, yang pada gilirannya dapat mendukung ekonomi mandiri mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengabdian. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai program studi yang tertarik untuk memulai usaha mereka sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan edukasi yang intensif dan berkelanjutan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat dan keterampilan wirausaha mahasiswa. Selain itu, mahasiswa yang aktif mengikuti program ini menunjukkan peningkatan pemahaman tentang strategi pemasaran digital, manajemen bisnis, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan

bahwa pemanfaatan marketplace dapat menjadi salah satu solusi efektif untuk mengembangkan minat wirausaha di kalangan mahasiswa, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap penciptaan ekonomi mandiri. Rekomendasi dari penelitian ini adalah perlunya dukungan berkelanjutan dari institusi pendidikan tinggi dan pemerintah dalam menyediakan fasilitas dan program edukatif yang mendukung pengembangan wirausaha mahasiswa.

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the effectiveness of market utilization socialization and education in developing students' entrepreneurial interest. The main research focus is on how the use of marketplace platforms can increase students' abilities and interest in entrepreneurship, which in turn can support their independent economy. The method used in this research is the service method. Participants in this research were students from various study programs who were interested in starting their own business. The research results show that intensive and sustainable socialization and education activities have a significant positive impact on students' entrepreneurial interests and skills. In addition, students who actively participate in this program show an increased understanding of digital marketing strategies, business management, and the use of information technology in business. The conclusion of this research confirms that market utilization can be an effective solution for developing entrepreneurial interest among students, which ultimately contributes to the creation of an independent economy. The recommendation from this research is the need for continued

support from higher education institutions and the government in providing educational facilities and programs that support student entrepreneurial development.

Pendahuluan

Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi faktor penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang wirausaha. Menurut Purnomo, A. (2018) Marketplace, sebagai salah satu hasil inovasi teknologi, memberikan peluang besar bagi individu untuk memulai dan mengembangkan usaha secara daring. Terutama bagi mahasiswa, pemanfaatan marketplace dapat menjadi langkah strategis untuk mengembangkan minat wirausaha sekaligus menciptakan ekonomi mandiri.

Menurut Saraswati, T. (2019) kurangnya sosialisasi dan edukasi mengenai pemanfaatan marketplace sering kali menjadi hambatan utama. Banyak mahasiswa yang belum memahami potensi dan cara optimal untuk menggunakan platform ini dalam mengembangkan usaha mereka. Menurut Wibowo, H. (2021) diperlukan pendekatan yang terstruktur dan sistematis melalui penelitian pengabdian untuk memberikan sosialisasi dan edukasi kepada mahasiswa mengenai pemanfaatan marketplace.

Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada mahasiswa mengenai strategi dan teknik berjualan di marketplace, serta mendorong mereka untuk mengambil langkah nyata dalam dunia wirausaha. Zulkarnain, M. (2020), diharapkan para mahasiswa tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat menunjang kemandirian ekonomi mereka. Menurut Ardianti dan Widiartanto (2019) online shop atau biasa disebut toko online interaksi antar penjual dan pembeli adalah langsung tanpa perantara melalui chat baik dari Line, BBM ataupun Whatsapp, dengan online shop ini pembeli dapat menanyakan tentang harga atau soal apapun terkait produk kepada penjual bahkan bisa bernegosiasi soal harga. E-commerce merupakan sistem belanja langsung yaitu pembeli tinggal memilih barang yang diinginkan pada sebuah website, kemudian

mengklik tombol "beli" dan melakukan transfer sejumlah harga yang tercantum. Sedangkan Marketplace adalah pasar virtual dimana penjual dan pembeli bertemu dan melakukan berbagai jenis transaksi. Menurut Kusumaningsih et al., (2021) Marketplace adalah suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online. Perbedaannya adalah pada e-commerce, barang yang dijual di website hanya satu penjual yaitu si pemilik website, ia tidak memberi kesempatan kepada para penjual lain untuk menjual produk mereka di website e-commerce selain itu tidak adanya proses tawar-menawar karena harga yang ditawarkan adalah harga pas. Contoh dari e-commerce misalnya zalora.com, berrybenka.com. Sedangkan marketplace terdiri dari berbagai penjual dalam satu wadah. Contoh dari marketplace adalah Shoope.co.id dan Tokopedia.co.id, walaupun sama-sama aplikasi belanja online namun ketiganya memiliki perbedaan.

Metode Pengabdian

Metode pengabdian adalah serangkaian langkah sistematis yang dirancang untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat edukatif, informatif, dan aplikatif. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan dampak positif yang nyata bagi komunitas sasaran. Dalam konteks artikel ini, metode pengabdian melibatkan tahapan persiapan, perencanaan, pelaksanaan, serta

monitoring dan evaluasi untuk memastikan bahwa program yang dijalankan efektif dan bermanfaat bagi mahasiswa yang menjadi target utama kegiatan.

Metode ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis yang dapat langsung diaplikasikan oleh peserta. Kegiatan pengabdian biasanya melibatkan kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan komunitas untuk menciptakan solusi yang relevan dan berkelanjutan. Tujuan pengabdian untuk artikel tentang sosialisasi dan edukasi pemanfaatan pasar dalam mengembangkan minat wirausaha mahasiswa guna menunjang ekonomi mandiri Survei online digunakan untuk mengumpulkan data awal tentang minat wirausaha mahasiswa dan bagaimana mereka menggunakan pasar dalam kegiatan bisnis mereka. Survei ini dilakukan menggunakan platform survei online seperti Google Forms atau Survey Monkey Suharsono, S. (2019).

Creswell, JW (2014) Observasi digunakan untuk menyatukan bagaimana siswa menggunakan marketplace dalam kegiatan bisnis mereka. Observasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung, serta menggunakan teknik observasi partisipatif dan non-partisipatif. Penelitian ini dapat mengumpulkan data yang akurat dan relevan untuk mengetahui bagaimana pasar digunakan dalam mengembangkan minat wirausaha mahasiswa dan bagaimana pemanfaatan pasar dapat meningkatkan ekonomi mandiri.

Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukan sosialisasi dan edukasi mengenai pemanfaatan marketplace kepada mahasiswa, terdapat beberapa temuan penting yang dapat disimpulkan sebagai berikut: Peningkatan Pengetahuan Mahasiswa: Program sosialisasi dan edukasi ini berhasil meningkatkan pengetahuan mahasiswa mengenai cara kerja dan manfaat penggunaan marketplace dalam berwirausaha.

Motivasi Berwirausaha: Terjadi peningkatan signifikan dalam minat mahasiswa untuk memulai usaha sendiri setelah mengikuti program ini. Sebanyak 80% peserta menyatakan lebih termotivasi untuk memanfaatkan marketplace sebagai sarana bisnis mereka dibandingkan sebelum mengikuti program.

Jaringan dan Kolaborasi: Program ini juga membantu mahasiswa membangun jaringan bisnis yang lebih luas. Banyak peserta yang kemudian berkolaborasi dengan rekan mereka untuk mengembangkan usaha bersama, memanfaatkan pengetahuan yang telah mereka peroleh.

Pelaksanaan sosialisasi dan edukasi pemanfaatan marketplace ini menunjukkan bahwa pendekatan yang tepat dalam pemberian informasi dan bimbingan dapat secara signifikan meningkatkan minat dan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha. Beberapa faktor penting yang mendukung keberhasilan program ini meliputi:

Materi yang Relevan dan Praktis: Penyampaian materi yang relevan dengan kondisi pasar saat ini serta pendekatan praktis yang langsung dapat diaplikasikan oleh peserta, membuat program ini lebih efektif. Hal ini sesuai dengan pendapat Schumpeter (1934) bahwa inovasi dan implementasi praktis adalah kunci dalam mengembangkan kewirausahaan.

Pendampingan dan Konsultasi: Selain penyampaian materi, program ini juga menyediakan sesi pendampingan dan konsultasi bagi peserta. Dukungan ini membantu mahasiswa dalam mengatasi hambatan awal yang sering dihadapi oleh wirausahawan pemula. Penggunaan Metode Pengabdian: Metode pengabdian yang diterapkan dalam program ini berfokus pada pendekatan langsung kepada masyarakat (mahasiswa) dan memberikan dampak nyata dalam waktu relatif singkat yang dijelaskan oleh Bringle

dan Hatcher (1995) sebagai metode yang efektif dalam pendidikan kewirausahaan. Fasilitas Teknologi: Pemanfaatan teknologi dalam program ini, seperti penggunaan platform digital dan alat-alat pembelajaran online, mempermudah proses penyampaian informasi dan mempraktikkan langsung teori yang dipelajari.

Simpulan

Artikel Sosialisasi dan Edukasi Pemanfaatan Marketplace dalam Mengembangkan Minat Wirausaha Mahasiswa Guna Menunjang Ekonomi Mandiri dengan Metode Pengabdian menyoroti pentingnya marketplace dalam mendorong minat wirausaha di kalangan mahasiswa. Melalui metode pengabdian, sosialisasi dan edukasi tentang penggunaan marketplace berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha. Hasilnya, mahasiswa menjadi lebih termotivasi untuk memanfaatkan platform digital ini guna mendukung ekonomi mandiri mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang terstruktur dalam sosialisasi dan edukasi dapat berperan signifikan dalam mengembangkan wirausaha mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Aryanto, D. T., & Kusumawati, R. (2020). Sosialisasi dan Edukasi Pemanfaatan Marketplace. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 123-134.
- Creswell, JW (2014). *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran*. Publikasi Sage.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Meningkatkan Kewirausahaan*. Jakarta: Kominfo.
- Purnomo, A. (2018). Peran Marketplace dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 123-135.
- Ramadhani, A., & Wibowo, S. (2021). Pengaruh Edukasi Digital Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Mandiri*, 6(1), 45-58.
- Saraswati, T. (2019). Edukasi dan Pelatihan Wirausaha bagi Mahasiswa: Strategi Pengembangan Kewirausahaan Melalui Marketplace. *Seminar Nasional Kewirausahaan*, 5(1), 45-59.
- Suharsono, S. (2019). Penggunaan Survei Online dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 1-10.
- Utami, S. R., & Pratama, H. (2021). Metode Pengabdian dalam Meningkatkan Keterampilan Berwirausaha. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 4(3), 201-215.
- Wibowo, H. (2021). *Metodologi Penelitian Pengabdian Masyarakat untuk Pengembangan Usaha Mandiri*. Bandung: Alfabeta.
- Zulkarnain, M. (2020). Implementasi Pendidikan Kewirausahaan di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 78-92.