

MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA

Oleh: **Hendri Gunawan¹, M. Toyib²**

jayasampurna85@gmail.com¹, muhammad_toyib38@yahoo.com²

(Program Studi Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas PGRI Palembang)

Abstrak-Tujuan dari penelitian ini yaitu menjadikan marketplace sebagai media pemasaran serta promosi produk kreatif mahasiswa pada matakuliah kewirausahaan dalam usaha memperoleh keuntungan usaha secara maksimal. Metode penelitian yaitu deksriptif untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. Teknik analisis data yang digunakan berupa dokumentasi, observasi, wawancara dan angket. Berdasarkan hasil analisis data penggunaan marketplace sebagai media pemasaran lebih efektif untuk digunakan, dikarenakan melihat kondisi sekarang penggunaan sosial media sangat tinggi sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Kontribusi yang dapat diberikan yaitu teknik pemasaran online yang tepat, proses persiapan produk dandeskripsi produk sebelum di sebarakan pada marketplace, dan tehnik berkomunikasi online yang baik.

Kata Kunci: Marketplace, Entrepreneurship, Produk Marketing

Abstract-The purpose of this research is to make the marketplace as a marketing medium and to promote student creative products in entrepreneurship courses in business obtain maximum business profits. The research method uses descriptive method, which is to determine the value of the independent variable, either one or more variables without making comparisons or linking with other variables. The data analysis techniques used were documentation, observation, interviews and questionnaires. Based on the results of data analysis, the use of the marketplace as a marketing medium is more effective to use, because seeing the current conditions, the use of social media is very high so that it can increase sales turnover. Contributions that can be given are the right online marketing techniques, the process of product preparation and product descriptions before being distributed to the marketplace, and good online communication techniques.

Keywords: Marketplace, Entrepreneurship, Produk Marketing

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dunia usaha saat ini telah berkembang dengan sangat pesat hal ini dapat dilihat dari banyaknya wirausahawan baru

dengan ditunjang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih. Mahasiswa berperan besar dalam perkembangan Indonesia dimasa yang akan datang.

Maeketplace sebagai Media Pemasaran Produk Kewirausahaan Mahasiswa..... (Hendri Gunawan dan M. Toyib)



p-ISSN 2580-2690
e-ISSN 2615-3025

Lulusan dari universitas diharapkan bukan hanya menjadi pekerja pada sektor perusahaan atau instansi pemerintah namun dituntut menciptakan dunia usahanya sendiri. Pada matakuliah di perguruan tinggi yang dapat melatih mahasiswa dalam usaha menciptakan dunia usahanya sendiri adalah matakuliah kewirausahaan. Pada mata kuliah ini mahasiswa diberikan pengajaran baik secara pemahaman teoritis kewirausahaan maupun praktikum langsung baik berupa penciptaan produk kreatif maupun dalam hal pemasaran/promosi produk.

Pemasaran secara online penggunaan aplikasi *Marketplace* adalah salahsatu yang dapat digunakan guna memasarkan produk kewirausahaan. Hal ini dilakukan karena banyaknya pengguna perangkat teknologi informasi saat ini yang setiap saat dan dimanapun berada selalu terhubung sehingga memungkinkan dan dapat mempermudah dalam pemasaran produk kepada konsumen secara langsung, dalam jangka waktu yang singkat, biaya promosi yang ringan, dan pasar yang luas. Permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini ialah bagaimana pemasaran produk kreatif pada matakuliah kewirausahaan dengan metode pemasaran menggunakan media pasar *Marketplace* online. Adapun tujuan yang akan diperoleh yaitu menjadikan *marketplace* online sebagai media pemasaran serta

promosi produk kreatif mahasiswa pada matakuliah kewirausahaan dalam usaha memperoleh keuntungan usaha secara maksimal. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan berupa : teknik pemasaran *online* yang tepat, proses persiapan produk dan deskripsi produk sebelum di sebar pada *marketplace*, dan teknik berkomunikasi online yang baik.

Menurut Yamin (2017:6) “istilah media mengacu pada segala sesuatu yang berfungsi untuk membawa dan menyampaikan informasi antara sumber dan penerima informasi”. Sedangkan menurut Jalinus & Ambiyar (2018:4) “Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang menyangkut *software* dan *Hardware* yang dapat digunakan untuk menyampaikan isi materi ajar dari sumber pembelajaran ke peserta didik yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat pembelajar sedemikian rupa sehingga proses pembelajaran menjadi lebih efektif”. Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran merupakan segala sesuatu baik itu *Software* dan *Hardware* yang digunakan untuk menyampaikan informasi, materi ajar kepada peserta didik yang dapat menambah minat belajar.

Kata *marketplace* sudah sangat tidak asing lagi bagi kita, terlebih lagi bagi pengguna akun media social *facebook*, *twitter*, *instagram*,

maupun media social only lainnya. Karakteristik *Marketplace* memiliki perbedaan yang sangat menonjol jika dibandingkan dengan toko *online* lainnya. Pada *marketplace* produk yang ditawarkan dapat disebar sebar luas tanpa harus melalui mekanisme pendaftaran terlebih dahulu, dengan bermodalkan perangkat elektronik berbasis internet dan memiliki akun media social *online* setiap orang boleh dan bisa melakukan pemasaran produk.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode bersifat deskriptif. Menurut Sugiono (2016: 15) Penelitian deskriptif yaitu penelitian dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan sesuai adanya tanpa membandingkan atau menghubungkan. Data yang akan dikumpulkan pada penelitian ini yaitu data berupa informasi perkuliahan kewirausahaan dan praktikum kewirausahaan berupa pemasaran dan promosi produk kewirausahaan pada aplikasi *marketplace*. Produk kewirausahaan mahasiswa pada mata kuliah tersebut akan di promosikan / di pasarkan melalui aplikasi *marketplace*. Pada kegiatan pemasaran tersebut akan dilakukan analisis deskripsi selama kegiatan pemasaran produk pada

aplikasi *marketplace*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan:

- 1) Dokumentasi. Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini berupa pengumpulan data yaitu Data produk yang akan di pasarkan pada *marketplace*, Data kelompok atau individu pemegang produk, Data transaksi jual-beli produk kewirausahaan mahasiswa pada *marketplace*, Dokumentasi kegiatan penawaran, promosi, dan transaksi jual-beli produk yang ditawarkan mahasiswa pada *marketplace*, Olahan data observasi keaktifan mahasiswa pada kegiatan perdagangan di aplikasi *Marketplace*.
- 2) Wawancara, teknik ini digunakan untuk melihat respon mahasiswa maupun konsumen terhadap produk yang ditawarkan maupun cara penawaran produk kepada konsumen pada *marketplace*.
- 3) Observasi pada penelitian ini dilakukan secara langsung terhadap kegiatan pemasaran maupun promosi produk kewirausahaan mahasiswa dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat diukur secara langsung.
- 4) Angket akan diberikan kepada mahasiswa yang

melakukan kegiatan pemasaran pada *marketplace* dengan tujuan untuk melihat respon, permasalahan, masukan, dan lain-lain terkait dengan kegiatan pemasaran maupun promosi produk pada *marketplace*.

Tahapan pengolahan data menggunakan tahapan sebagai berikut : Transkrip hasil wawancara, Reduksi data, Triangulasi data, Analisis, interpretasi data, dan Penarikan kesimpulan.

Reduksi Data, selama penelitian berlangsung akan dilakukan reduksi data berupa membuat ringkasan, Mengkode, menelusuri tema, membuat gagasan-gagasan, membuat partisi, dan menulis memo selama kegiatan penelitian berlangsung. Triangulasi data. Selain menggunakan reduksi data peneliti menggunakan triangulasi data guna mengecek kebenaran data yang telah diperoleh baik dari dokumentasi, observasi, wawancara, maupun hasil sebaran angket. Pada penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Menarik kesimpulan, dari data olahan reduksi data dan triangulasi data akan dilakukan penarikan kesimpulan guna memberikan gambaran secara umum dari hasil penelitian. Penarikan kesimpulan akan mengacu pada hasil analisis data keseluruhan secara rasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan melalui tiga tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Persiapan penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dari persiapan awal dimana telah dilakukan edukasi kepada mahasiswa mengenai *marketplace* dan persiapan : a) Data produk yang akan di pasarkan pada *marketplace*, baik berupa dokumen foto maupun deskripsi produk. b) Data kelompok atau individu pemegang produk yang ditawarkan pada *marketplace*. c) Data transaksi jual-beli produk kewirausahaan mahasiswa pada *marketplace*. d) Dokumentasi kegiatan penawaran, promosi, dan transaksi jual-beli produk yang ditawarkan mahasiswa pada *marketplace*.

Pada tahapan ini komunikasi awal dilakukan melalui aplikasi *zoommeeting*, *RapatLark* dan *whatsApp grup* (dikarenakan kondisi *social distancing COVID19*). Hasil yang telah dilakukan telah terbentuk 6 kelompok *marketplace* dengan produk yang berbeda dan disesuaikan dengan kondisi saat itu. Pada *zoommeeting* tersebut juga telah di bahas teknik membuat tampilan produk, deskripsi produk, update produk per priode ke *marketplace*, dan komunikasi bisnis dengan konsumen.

2. Pelaksanaan penelitian

Pada tahap pelaksanaan telah dilakukan pemasaran produk

kewirausahaan mahasiswa yang terdiri dari 28 mahasiswa telah terbentuk 6 kelompok dengan jenis produk yang di tawarkan berupa : Pakaian tidur/Piyama, Makeup, Ayam Geprek, Aksesoris rumah, Makanan ringan (*pencake*), dan Gamis muslimah. Selama produk di pasarkan pada marketplace peneliti dengan tim lapangan melakukan kroscek dan wawancara untuk melihat respon mahasiswa maupun konsumen atas produk yang di promosikan atau ditawarkan, dan cara penawaran produk kepada konsumen pada *marketplace*. Wawancara dilakukan dalam bentuk wawancara langsung dengan menggunakan media *WhatsApp* dan *RapatLark*.

Hasil yang didapat dari wawancara pada tahapan ini yaitu pada produk pakaian tidur/piyama, gamis muslimah mengalami penurunan dikarenakan pandemi *Covid-19* dan banyak orang lebih mendahulukan kebutuhan primer berupa kebutuhan pangan dari pada kebutuhan sandang. Tetapi untuk produk makanan yaitu Ayam geprek mengalami kenaikan, dikarenakan adanya *socialdistancing* dan pemasaran produk menggunakan sistem *delivery order* sehingga konsumen hanya perlu menunggu dirumah dan pesannya akan diantar. Untuk Produk berupa jasa Makeup, hasil penjualannya cukup dan dapat digunakan untuk membeli

peralatan makeup serta kebutuhan pribadi dari pemilik jasa *Makeup*.

3. Pengolahan data

Pengolahan data berupa data angket. Angket akan diberikan kepada mahasiswa yang melakukan kegiatan pemasaran pada *marketplace* dengan tujuan untuk melihat respon, permasalahan, masukan, dan lain-lain terkait dengan kegiatan pemasaran maupun promosi produk pada *marketplace*. Angket diberikan kepada mahasiswa pada saat kegiatan pemasaran produk telah berlangsung. Setelah selesai pengisian angket akan dikumpulkan kembali untuk di analisis dan diinterpretasikan untuk melihat hasil serta sebagai data penarikan kesimpulan nantinya. Angket telah di sebarkan kepada mahasiswa/ kepada 6 kelompok kewirausahaan.

Hasil dari pengolahan data yaitu penggunaan *Marketplace* sebagai media pemasaran produk kewirausahaan mahasiswa sangat efektif dikarenakan kondisi saat ini penggunaan sosial media sangat tinggi dan terlebih lagi banyak pengalihan metode pemasaran produk dari toko *offline* menjadi toko *online*. Penggunaan *marketplace* sebagai media pemasaran produk sangat cocok untuk wirausahawan muda atau yang baru memasuki dunia usaha karena memiliki beberapa keuntungan yaitu : 1. Mengurangi biaya promosi (promosi dapat dilakukan oleh pemilik usaha

kapan saja dan dimana saja) dan biaya sewa tempat, 2 mencakup seluruh kalangan masyarakat dikarenakan pengguna sosial media terdiri dari anak-anak sampai orang tua, 3 pada *marketplace* produk sudah dikategorikan sesuai jenis produknya seperti makanan dan minuman, pakaian, barang elektronik dan lain-lain.

Adapun kendala yang ditemukan pada pemasaran produk kewirausahaan di *marketplace* yaitu terdapat berbagai jenis produk yang sama sehingga menyebabkan persaingan yang ketat antar penjual atau pedagang. selain itu kontrol yang ketat pada *marketplace*, penjual harus mematuhi peraturan yang dibuat dan apabila melanggar pihak *marketplace* akan memblokir dan produk kita tidak bisa dipasarkan melalui *marketplace*. sistem pembayaran juga perlu diperhatikan, dengan menggunakan sistem pembayaran *CashonDelivery* dapat menimbulkan resiko berupa orderan fiktif.

Selain itu dari penelitian ini dapat diketahui juga teknik komunikasi online yang baik yaitu penggunaan bahasa yang tepat dalam komunikasi dan promosi. Dalam komunikasi dengan konsumen bisa gunakan panggilan seperti “kakak”, “mba/mas” sebagai etika panggilan kepada konsumen. Fast respon dalam komunikasi juga penting dikarenakan itu bagian dari pelayanan kita kepada konsumen. Selanjutnya untuk

promosi sebaiknya menggunakan kata-kata yang dapat menarik konsumen seperti kata diskon dapat digantikan dengan Harga Spesial atau Khusus. Dan yang paling penting yaitu persiapan produk sebelum dipasarkan. Persiapan produk ini dapat berupa foto yang digunakan untuk produk. beberapa tips dalam pengambilan foto produk yang dapat dipertimbangkan yaitu latar belakang foto berwarna putih atau dapat menggunakan kertas karton putih hal ini dapat membuat produk menjadi lebih dominan. Yang kedua posisi pengambilan foto dapat dilakukan dari atas dan posisi kamera sejajar produk. dan yang ketiga disarankan untuk memberikan keterangan lebih lanjut pada foto produk seperti nama produk dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa Penggunaan *Marketplace* sebagai media pemasaran produk kewirausahaan mahasiswa sangat efektif dikarenakan kondisi saat ini penggunaan sosial media sangat tinggi dan terlebih lagi banyak pengalihan metode pemasaran produk dari toko *offline* menjadi toko *online* dan dapat menjangkau target pasar Sehingga dapat meningkatkan omset penjualan Dari penelitian ini juga dapat diketahui bahwa usaha yang dapat dikembangkan lebih jauh

pada masa pandemi *Covid-19* yaitu produk makanan dikarenakan ini merupakan kebutuhan primer masyarakat. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk menggunakan marketplace terutama untuk sistem pembayaran secara *Cash on Delivery* yaitu terdapat resiko orderan fiktif sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi penjual.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2016). *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Artaya, I, & Purworusmiardi, T. (2019) *Efektifitas Marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi UMKM di Jawa timur*. Universitas Narotama <https://www.researchgate.net/publication/332523654>.
- Jalinus, N. & Ambiyar. (2016). *Media dan sumber pembelajaran*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Jannah, R. (2019). *Media Pembelajaran*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Munir. (2010). *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Rusman. (2017). *Belajar dan Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukiman, (2021). *Pengembangan Media Pembelajaran*, Yogyakarta: PT Pustaka

Insan Madani.

- Wulandari, dkk. (2020). *Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjual Produk UMKM di Purbalingga*. Jurnal Ekonomi Manajemen 6 (2) November 2020 Hal. 96-101
- Yaumi, Muhammad. (2018). *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP