

Pemanfaatan Media Sosial dan *Marketplace* Bagi Siswa SMK An Nashihin

ENDAH FINATARIANI^{a,1}, ITA DARSITA^{b,1}, SETIANINGSIH^{c,1}
^{a,b,c}Universitas Pamulang, Banten, Indonesia*

Email: ¹dosen01488@unpam.ac.id; ²dosen02235@unpam.ac.id; ³dosen02325@unpam.ac.id
*korespondensi penulis: dosen01488@unpam.ac.id

Abstrak

Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. Dalam *marketplace* tersebut setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk diperjualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya *marketplace* tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. *Marketplace* mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap - lengkap nya tentang produk yang mereka jual di *marketplace* seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain – lainnya. Media sosial dan *marketplace* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan siswa SMK An Nashihin. Meskipun siswa aktif menggunakan media sosial, pemanfaatan *marketplace* untuk tujuan bisnis belum optimal. Permasalahan yang dihadapi mitra, seperti keterbatasan pengetahuan, integrasi kurikulum yang belum maksimal, kendala infrastruktur, dan kekhawatiran akan keamanan dan privasi, juga diidentifikasi. Solusi yang diusulkan mencakup pelatihan keterampilan, integrasi kurikulum, peningkatan infrastruktur, penegakan kebijakan keamanan, dan kerjasama dengan pihak eksternal. Metode pelaksanaan akan melibatkan identifikasi kebutuhan dan tujuan, pengembangan materi pembelajaran, pelatihan bagi mitra sekolah, penerapan praktik bisnis online, dan penguatan kolaborasi dengan *stakeholder*. Ringkasan ini memberikan gambaran lengkap tentang strategi yang akan dilakukan untuk memperbaiki pemanfaatan media sosial dan *marketplace* bagi siswa SMK An Nashihin

Kata Kunci: Media; Sosial; *Marketplace*

Abstract

Marketplace is a solution created by the rapid development of information technology and the internet which is taking the trading industry by storm. In this *marketplace*, every business actor can display their products for sale without having to bother building a system. The existence of this *marketplace* is very beneficial for business actors, especially small and medium businesses. *Marketplace* makes it easier for small and medium businesses to carry out operations. With this virtual market, business actors only need to provide complete information about the products they sell on the *marketplace*, such as product information, price, delivery and so on. Social media and *marketplaces* have become an inseparable part of the lives of An Nashihin Vocational School students. Even though students actively use social media, the use of *marketplaces* for business purposes is not optimal. Problems faced by partners, such as limited knowledge, incomplete curriculum integration, infrastructure constraints,

and concerns about security and privacy, were also identified. The proposed solutions include skills training, curriculum integration, infrastructure improvements, security policy enforcement, and collaboration with external parties. Implementation methods will involve identifying needs and goals, developing learning materials, training for school partners, implementing online business practices, and strengthening collaboration with stakeholders. This summary provides a complete overview of the strategies that will be implemented to improve the use of social media and marketplaces for An Nashihin Vocational School students

Keywords: Media; Social; Marketplaces

PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemanfaatan media sosial dan marketplace telah menjadi fenomena yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Terutama di kalangan generasi muda, media sosial dan marketplace tidak hanya menjadi alat untuk bersosialisasi, tetapi juga merupakan platform penting untuk berinteraksi, belajar, dan berbisnis, (Sholihin & Mukhlis, 2023).

Penjualan *online* adalah suatu aktifitas jual beli yang dilakukan secara *online*, dalam hal ini pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi langsung secara tatap muka, (Faulina, dkk., 2021). Dengan demikian transaksi yang dilakukan menggunakan sebuah media atau alat sebagai penghubung antara penjual yang menawarkan produknya kepada calon pembeli dan pembeli mendapatkan penawaran produk secara *online*. Tentu media yang digunakan dapat berupa *website* maupun aplikasi yang diakses

melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet.

Pemanfaatan media sosial dan marketplace bagi siswa memiliki beberapa kepentingan yang signifikan. Pertama, media sosial memungkinkan siswa untuk mengakses informasi dengan cepat dan mudah, (Rahman, dkk., 2023). Mereka dapat mencari referensi, diskusi, dan materi pembelajaran yang relevan dengan lebih efisien melalui platform media sosial. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi pembelajaran kolaboratif, di mana siswa dapat berinteraksi, berbagi pengetahuan, dan berkolaborasi dengan sesama siswa dan guru. Hal ini membantu mereka belajar dari pengalaman dan pemahaman orang lain, memperluas wawasan mereka, dan mengembangkan keterampilan sosial.

Kemudian, penggunaan media sosial dan marketplace juga memperkenalkan siswa pada berbagai alat dan teknologi digital, mengembangkan keterampilan teknologi informasi yang diperlukan untuk

berkomunikasi, mencari informasi, dan berbisnis secara *online*. Selain itu, pemanfaatan marketplace memungkinkan siswa untuk mendapatkan pengalaman praktis dalam menjalankan bisnis kecil atau menawarkan produk dan jasa secara *online*. (Saputri, dkk., 2023). Mereka dapat memahami konsep-konsep bisnis, manajemen inventaris, dan strategi pemasaran melalui praktik langsung.

Lebih lanjut, pemahaman tentang media sosial dan *marketplace* menjadi keterampilan yang sangat berharga di dunia kerja yang semakin digital. Dengan semakin banyaknya bisnis yang beroperasi secara *online*, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* dapat membantu siswa untuk mempersiapkan diri menghadapi tuntutan dan peluang di pasar kerja. Selain itu, bagi siswa yang memiliki minat dalam berwirausaha, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* dapat menjadi saluran untuk memasarkan produk atau jasa mereka, meningkatkan kemandirian ekonomi, dan membuka peluang pendapatan tambahan. (Maulidatul, dkk., 2024).

Terakhir, melalui media sosial, siswa dapat terhubung dengan profesional dan pelaku bisnis dalam industri tertentu. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperluas jaringan, mencari mentor, dan mendapatkan wawasan tentang tren industri dan peluang

karier. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dan marketplace bagi siswa tidak hanya memberikan manfaat dalam konteks pendidikan, tetapi juga membantu mereka dalam pengembangan keterampilan, persiapan karier, dan pemberdayaan ekonomi, (Amnah, 2023).

Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. Dalam *marketplace* tersebut setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk diperjualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya *marketplace* tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. *Marketplace* mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional, termasuk di dalamnya dalam melakukan pembukuan, (Utami, dkk., 2020). Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap - lengkap nya tentang produk yang mereka jual di *marketplace* seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain – lainnya.

Sebagai institusi pendidikan yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan yang relevan dengan tuntutan zaman, SMK An Nashihin menyadari pentingnya memperkenalkan dan memanfaatkan media

sosial dan marketplace sebagai bagian integral dari proses pembelajaran dan pengembangan siswa. Melalui pemahaman dan pemanfaatan yang tepat, siswa dapat mengembangkan keterampilan digital, memperluas wawasan bisnis, serta mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin digital. (Mardhiyah, dkk., 2021).

Pemanfaatan media sosial dan marketplace bagi siswa SMK An Nashihin menunjukkan gambaran yang komprehensif tentang interaksi siswa dengan teknologi digital. Siswa aktif menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube untuk berbagai keperluan, mulai dari aktivitas pribadi hingga mencari informasi pendidikan dan berbisnis. Namun, penggunaan platform marketplace online seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh siswa untuk menjalankan bisnis kecil atau memperoleh penghasilan tambahan.

Meskipun siswa menunjukkan tingkat keterampilan digital yang cukup baik, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen inventaris, pemasaran digital, dan transaksi keuangan dalam konteks bisnis *online*. Integrasi materi tentang pemanfaatan media sosial dan *marketplace* dalam kurikulum dan

pembelajaran di SMK An Nashihin belum optimal, sehingga ada ruang untuk pengembangan strategi dan metode pembelajaran yang lebih efektif.

Tantangan yang dihadapi siswa termasuk kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform secara efektif, serta kurangnya kesadaran tentang keamanan dan privasi online. Namun, ada peluang besar bagi siswa untuk mengembangkan diri dalam ekosistem digital, termasuk peluang untuk berwirausaha dan mengembangkan proyek-proyek kolaboratif dengan dukungan dari sekolah dan stakeholder terkait. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang situasi ini, SMK An Nashihin dapat merancang program-program yang lebih efektif untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dan peluang di era digital ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami mengusulkan PKM pemanfaatan media sosial dan marketplace bagi siswa SMK An Nashihin. PKM ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada siswa tentang potensi dan manfaat dari pemanfaatan media sosial dan marketplace, serta untuk memberi mereka keterampilan praktis yang dapat membantu persiapan untuk masa depan yang lebih baik.

Melalui PKM ini, kami berharap dapat menciptakan lingkungan belajar yang

dinamis dan relevan, di mana siswa dapat aktif terlibat dalam eksplorasi, pembelajaran, dan penerapan konsep-konsep yang berkaitan dengan media sosial dan marketplace. Selain itu, kami berharap PKM ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan inisiatif-inisiatif berkelanjutan yang dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi siswa, sekolah, dan komunitas sekitar.

Dengan semangat inovasi dan kolaborasi, mari kita bersama-sama menjadikan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana yang efektif untuk memajukan pendidikan dan meningkatkan kesiapan siswa SMK An Nashihin menghadapi tantangan masa depan. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang dapat kami simpulkan adalah:

- a. Mitra yang terlibat yaitu siswa, mungkin memiliki keterbatasan pengetahuan tentang cara efektif menggunakan media sosial dan *marketplace* dalam konteks pendidikan. Mereka mungkin memerlukan pelatihan tambahan untuk memahami potensi dan manfaat dari penggunaan platform tersebut.
- b. Permasalahan dapat muncul jika pemanfaatan media sosial dan *marketplace* belum terintegrasi dengan baik dalam kurikulum sekolah. Hal ini dapat menghambat upaya mitra dalam

mengajarkan siswa tentang konsep-konsep yang relevan dan memberikan pengalaman praktis yang diperlukan.

- c. Mitra menghadapi kendala terkait infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung penggunaan media sosial dan marketplace di sekolah.
- d. Mitra perlu memperhatikan kekhawatiran terkait keamanan dan privasi siswa dalam menggunakan media sosial dan *marketplace*.

PROSEDUR

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

- a. Metode Ceramah
Peserta akan diberikan pemahaman mengenai manfaat dari pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk siswa SMK An Nashihin
- b. Metode Tutorial
Peserta diberikan contoh dalam manfaat dari pemanfaatan media sosial dan *marketplace* untuk siswa SMK An Nashihin
- c. Metode Diskusi
Sesi terakhir setelah pemberian materi dan latihan yaitu diberikan alokasi

waktu untuk *sharing* dan diskusi terkait kondisi dan kendala yang sering dialami oleh peserta dalam manfaat dari pemanfaatan media sosial dan *marketplace*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakan Pengarahan tentang pemanfaatan media sosial dan *marketplace*, maka tingkat keberhasilan penyelenggaraan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat dilihat dari hasil evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, yaitu:

1. Evaluasi proses yaitu untuk mengetahui pelaksanaan dari program yang dibuat serta keterlibatan peserta atau khalayak sasaran antara strategis selama mengikuti kegiatan. Evaluasi ini dilakukan dari awal sampai akhir kegiatan dengan melihat tanggapan peserta penjelasan dan contoh-contoh yang diberikan, melakukan sesi tanya jawab yang interkatif namun hanya ada beberapa siswa peserta yang belum bisa menangkap materi dengan baik.
2. Evaluasi hasil yaitu untuk mengetahui seberapa jauh tingkat keberhasilan tujuan yang telah dirumuskan, dapat dilihat dari respon (tanggapan) peserta terhadap sosialisasi pelatihan yang telah dilakukan pada saat kegiatan berlangsung.

Sosialisasi dilakukan selama tiga hari pada tanggal 07 Juni s/d 09 Juni 2024 dihadiri peserta yaitu siswa SMK An Nashihin Tangerang Selatan. Semua peserta mengikuti kegiatan secara penuh dikarenakan semua peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi. Dari respon (tanggapan peserta) yang diberikan meraka semua sangat berharap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat seperti ini dalam dilakukan kembali pada periode- periode berikutnya. Adapun beberapa faktor pendorong terlaksananya kegiatan sosialisasi ini adalah sebagai berikut:

1. Dari pihak peserta (siswa SMK An Nashihin Tangerang Selatan) begitu antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.
2. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat memberikan pengetahuan tambahan atau menambah wawasan bagi peserta mengenai pemanfaatan media sosial dan *marketplace*.
3. Kesiapan dan semangat para peserta kegiatan ini begitu besar untuk mendapatkan pengetahuan yang disiapkan oleh panitia pelaksana.
4. Faktor pendorong lainnya adalah kesiapan anggota tim pelaksana yang telah menyiapkan diri, terutama dalam pemberi materi pada kegiatan PKM ini

sangatlah interaktif dan memberikan suasana yang bersahaja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung kegiatan PKM yang kami laksanakan khususnya kepada kepala sekolah dan peserta PKM siswa SMK An Nashihin.



Gambar 1. Foto Sambutan dari dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpam



Gambar 2. Foto pemaparan materi oleh dosen Unpam



Gambar 3. Foto Tanya jawab dengan peserta



Gambar 4. Foto bersama dengan peserta

REFERENSI

- Faulina, A., Dewi, R. S., & Arif, E. (2021). Fenomena Online Shopping Sebagai Gaya Hidup Dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 12(1), 46-59.
- Amnah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pembelajaran DiLingkungan Perguruan Tinggi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 4783-4790.
- Maulidatul, M., Soliha, K., Risma, R., & Enik, S. (2024). Pengaruh Sosial Media Terhadap Berwirausaha Dikalangan Remaja Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Sistem Industri*, 3(1), 1-10.
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., & Kurnawati, W. O. I.

- (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3), 10646-10653.
- Mardhiyah, R. H., Aldriani, S. N. F., Chitta, F., & Zulfikar, M. R. (2021). Pentingnya keterampilan belajar di abad 21 sebagai tuntutan dalam pengembangan sumber daya manusia. *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 12(1), 29-40.
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69-75.
- Sholihin, U., & Mukhlis, I. (2023). Penggunaan Media Sosial dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 204-218.
- Utami, T., Irawati, W., Rosharlianti, Z., Annisa, D., & Angraini, D. (2020). Penerapan Sak-Emkm Pada Umkm Scale Up Tangerang Selatan Melalui Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan Mikro Dan Kecil (SI APIK). *Abdimisi*, 1(2), 136.