

## Membangun Jiwa Wirausaha Dengan Pemanfaatan Platform Media Sosial Dan Market Place Digang Kembang Rt 002 Rw 008 Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan

Muhammad Farhan<sup>1</sup>, Siti Nur Hasanah<sup>2</sup>, Edi Setiyawan<sup>3</sup>, Irenne Putren<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Mahasiswa Program Studi Akuntansi <sup>4</sup>Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang

E-mail : [dosen01820@unpam.ac.id](mailto:dosen01820@unpam.ac.id) , [m.farhanacc11@gmail.com](mailto:m.farhanacc11@gmail.com) , [sitinhasanah54@gmail.com](mailto:sitinhasanah54@gmail.com) , [edysetiyawan62@gmail.com](mailto:edysetiyawan62@gmail.com)

### ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang pemanfaatan platform media sosial dan marketplace kepada remaja sekitar Gang Kembang RT 002 RW 008 Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan. Kegiatan ini ditujukan agar remaja Gang Kembang dapat membangkitkan jiwa kewirausahaan dengan cara memanfaatkan platform pada media sosial dan marketplace yang saat ini sangat trend dan sangat diminati oleh banyak orang. Metode kegiatan PKM ini yaitu dengan metode persentasi memberikan pemaparan materi secara langsung dan membahas tentang strategi media sosial dan marketplace yang efektif, lalu dilanjutkan dengan tanya-jawab. Hasil pengabdian kepada masyarakat adalah remaja Gang Kembang menjadi paham dan bijak dalam menggunakan media sosial marketing lalu memilih platform media sosial yang tepat dan menggunakan marketplace untuk berwirausaha.

**Kata Kunci : Wirausaha, Media Sosial, Marketplace**

### ABSTRAK

*This Community Service activity aims to provide education about the use of social media platforms and marketplaces to teenagers around Gang Kembang RT 002 RW 008 Cempaka Putih Village, East Ciputat District, South Tangerang City. This activity is intended so that Gang Kembang youth can awaken an entrepreneurial spirit by utilizing platforms on social media and marketplaces which are currently very trending and are in great demand by many people. The method of this PKM activity is the percentage method providing direct material exposure and discussing effective social media and marketplace strategies, then followed by question and answer. The result of community service is that Gang Kembang teenagers become understanding and wise in using social media marketing and then choosing the right social media platform and using the marketplace for entrepreneurship.*

**Keywords: Entrepreneur, Social Media, Marketplace**

## PENDAHULUAN

Berwirausaha adalah alasan beberapa orang berkarir untuk kehidupan di masa yang akan datang dengan menjalankan bisnis yang inovatif dan kreatif. Perkembangan pada sektor usaha sebelum pandemi sangat pesat, membuat persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin kuat. Semua strategi diterapkan agar usaha bisa bertahan dan dapat memenuhi keinginan konsumen.

Transformasi pada era globalisasi dan digital dalam beberapa tahun terakhir sangat berkembang, dimana *handphone* menjadi alat komunikasi yang banyak diminati masyarakat. Hal tersebut yang menjadi latar belakang perubahan komunikasi yang sangat minim menjadi modern dan serba digital seperti sekarang ini. Dalam hal ini internet mulai dibutuhkan untuk diakses melalui wifi maupun *smartphone*. *Smartphone* inipun memberikan kemudahan bagi para pengguna, dimana pengguna mendapatkan fasilitas yang beraneka ragam yaitu dengan fasilitas sms, chatting, Email, Browsing, dan fasilitas media sosial lainnya.

Peran media sosial semakin diakui dan dipertimbangkan di dunia usaha, karena wirausaha menjadi sangat mudah dan efisien dalam melakukan pemasaran dengan sosial media marketing. Di era modern ini pemasaran sangat mudah dilakukan dengan mempromosikan produk atau layanan jasa pada platform media sosial dan di marketplace yang menjadi trend dibanyak kalangan. Marketplace merupakan platform yang berperan sebagai pihak ketiga atau perantara pihak penjual dan pihak pembeli untuk mempermudah transaksi jual-beli secara online. Jenis-jenis marketplace ada 2, yaitu :

1. Marketplace Murni, Sistem keraja sama yang menyediakan fitur penjualan lapak untuk berjualan, lengkap dengan pembayarannya. Setiap penjual diberi kewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produknya. Beberapa contoh marketplace yang terkenal dengan jenis kerjasama ini adalah Tokopedia, Blibli,

Bukalapak, Elvania, dll.

2. Marketplace Konsinyasi, Sistem kerjasama lebih mirip seperti menitipkan barang. Karena pihak penjual hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi produknya ke pihak marketplace saja. Nantinya pihak situs marketplace konsinyasi akan mengurus seluruh penjualan produk, dari mulai foto produk, gudang, pengiriman barang, serta fasilitas pembayaran. Beberapa contoh marketplace adalah Zalora, dan Berrybenka.

Persaingan marketplace di Indonesia sangat ketat, banyak orang yang baru berwirausaha dan mulai membuat toko di marketplace membuat beberapa orang yang sudah membangun toko sejak lama harus memiliki inovasi dan pemasaran yang baik agar tidak kalah dengan para pendatang baru untuk mendapatkan konsumen. Dibawah ini adalah contoh tiga marketplace yang banyak di jangkau di Indonesia

1. Tokopedia, berdasarkan jumlah pengunjung perbulannya pada kuartal pertama 2021, tokopedia menjadi marketplace nomor satu di Indonesia dengan pengunjung 135juta orang. Kategori produk yang banyak di cari adalah elektronik, lalu fashion dan bahan makanan.
2. Shopee, berdasarkan jumlah pengunjung perbulannya yaitu sebanyak 127juta pengunjung. Menurut survei konsumen memilih membeli di shopee karena harga di shopee yang terjangkau.
3. Bukalapak, berdasarkan jumlah pengunjung perbulannya yaitu sejumlah 34juta pengunjung. Saat ini bukalapak memiliki sekitar 6juta *merchant* yang menjual berbagai macam produk.

Target dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah remaja, untuk membangkitkan jiwa kewirausahaan dengan cara memanfaatkan platform pada media sosial dan marketplace sehingga remaja dapat berwirausaha dengan menerapkan strategi yang tepat dengan

jangkauan yang luas. Berdasarkan uraian di atas penulis mengadakan kegiatan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (P(M)KM) dengan judul : “Membangun Jiwa Wirausaha dengan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Marketplace.”

#### METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (P(M)KM) adalah dengan metode persentasi atau sosialisasi dengan memberikan pemaparan materi secara langsung dan dilanjutkan dengan tanya-jawab. Kegiatan P(M)KM ini dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober 2021, di Gang Kembang RT 002 RW 008 Kel. Cempaka Putih Kec. Ciputat Timur Kota Tangerang selatan. Berikut adalah rangkaian kegiatan P(M)KM.

1. Tahap Persiapan, melakukan survei tempat dan meminta izin ke Ketua Rukot Tetangga (RT) 002, lalu menyiapkan peralatan seperti proyektor dan laptop.
2. Tahap Pelaksanaan, memberikan pemaparan materi secara langsung dan membahas tentang strategi media sosial dan marketplace yang efektif.
3. Tahap Evaluasi, Kegiatan P(M)KM ini dihadiri oleh 1 Dosen dan 3 Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang dengan 12 peserta yang terdiri dari Ketua RT 002 dan remaja Gang Kembang. Peserta hadir tepat waktu dalam kegiatan ini, media dan alat tersedia sesuai dengan yang dirancang, peserta mengikuti proses dengan aktif.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Memberikan motivasi kepada remaja untuk wirausaha dan memiliki jiwa pantang menyerah untuk peluang usaha agar dapat bertahan dan terus meningkatkan daya tarik untuk wirausaha walaupun dalam kondisi yang sulit dengan contoh dimasa pandemi covid-19.

Potensi media sosial di Indonesia sangat bagus karena 160 juta orang Indonesia adalah pengguna media yang aktif. Untuk langkah awal memulai usaha melalui media sosial

adalah dengan memastikan sudah mengenali target pasar dengan baik, melakukan pemasaran secara gratis maupun berbayar disesuaikan dengan kemampuan, lalu lakukan upaya social media marketing dengan lebih optimal. Berikut strategi social media marketing yang efektif :

1. Meningkatkan brand awareness, sebuah produk akan semakin dikenal keberadaannya ketika diunggah di media sosial.
2. Mempelajari kompetitor, dengan aktif di media sosial bisa mengetahui strategi apa yang dijalankan oleh kompetitor.
3. Mendapatkan *feedback*, bisa terlihat langsung bagaimana konsumen menanggapi di media sosial. Misalnya dengan membeli like atau memfollow akun.
4. Menciptakan konten yang menarik, dengan konten yang menarik konsumen akan tergerak untuk membeli.
5. Jadwalkan waktu posting, atur waktu yang pas untuk mengenali produk atau untuk post produk dengan melihat kapan orang-orang aktif di media sosial.

Pada era digitalisasi ini berjualan secara online sangat efisien dan mudah untuk menambah penghasilan sejak remaja. Dengan adanya media sosial dan market place yang dimana platform tersebut menjadi perantara untuk menghubungkan pihak pembeli dan pihak penjual. Berikut empat contoh platform media sosial yang banyak diminati :

1. Youtube, merupakan situs web yang berisi berbagai macam video seperti video tutorial, edukasi, review produk, filem pendek, dll.
2. WhatsApp, merupakan aplikasi berkirim pesan dengan instan bisa melalui *smartphone* ataupun laptop. Dalam whatsapp ini tidak ada batasan pemakaian, selama memiliki data internet yang memadai tetap bisa berkirim pesan melalui whatsapp.
3. Instagram, merupakan aplikasi yang sangat digemari oleh banyak orang terutama anak muda. Instagram dapat digunakan untuk edit foto dan video,

dimana pengguna dapat berinteraksi dengan memberikan komentar ataupun like pada kolom yang digikan.

4. Tiktok, merupakan aplikasi untuk berbagi video, dilengkapi dengan berbagai bentuk filter, musik, dll. Saat ini tiktok menjadi aplikasi media sosial yang paling populer di dunia berdasarkan riset Sensor Tower kuartal kedua 2020.

Terdapat dua pilihan yang ingin berwirausaha namun tidak memiliki produk untuk dijual, yaitu dengan menjadi reseller atau drop shipper. Reseller adalah orang yang menjual produk supplier dengan membeli barang supplier terlebih dahulu dan mendapatkan harga special dimana seorang reseller bisa menjual produknya dengan harga yang sama dengan supplier sedangkan drop shipper adalah orang yang menjual suatu produk dari supplier, tetapi tidak menyetok barang terlebih dahulu karena pihak drop shipper hanya menyediakan barang kepada konsumen berupa gambar dan pihak supplier yang akan mengirim barang.

## KESIMPULAN

Dari kegiatan kegiatan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (P(M)KM) Prodi Akuntansi Universitas Pamulang yang dilaksanakan di Gang Kembang RT 002 RW 008 Kel. Cempaka Putih Kec. Ciputat Timur Tangerang selatan Banten. Memberikan memotivasi kepada remaja untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, meningkatkan wawasan dan pengetahuan untuk melihat peluang untuk berwirausaha, memberikan pemahaman penggunaan media sosial dan penggunaan market place untuk mempromosikan produk dan berjualan online.

## DAFTAR PUSTAKA

- 10 Aplikasi Media Sosial Terpopuler di Dunia, P. B. (2021, Juli 1). Retrieved from TELSET:  
<https://telset.id/apps/aplikasi-media-sosial-populer/>  
Adhimursandi, D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan.

*Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(1):193-210.

- Andarini, D. P., Imani, K., & Putri, S. F. (2021). Media Sosial: Sarana Pengembangan Jiwa Kreatif Kewirausahaan Muda (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi UM). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, 1(3), 23-35.
- Apa itu Marketplace? Inilah Pengertian dan Jenis-jenisnya. (2020, Oktober 13). Retrieved from <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-marketplace/>
- Budianto, A. E., Dianawati, E., & Iswahyudi, D. (2017). Penerapan Program Pengembangan Kewirausahaan pada Mahasiswa (Tenant) di Universitas Kanjuruhan Malang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (1), 93-103.
- Darusman, Y. M., Bastiano., Susanto., Wiyono, B., & Benazir, D. M. (2021). Penyuluhan Pentingnya Pemahaman Tentang Kemanfaatan Dan Kemudahan Media Sosial Di Desa Kewunglarang. Kecamatan Rancah, Kabupaten Ciamis. *LOKABNAS Kreatif*, 02(02) Hal.62-67.
- Hendro. (2011). *Dasar - Dasar Kewirausahaan : Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Erlangga.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 2(1).
- Isrifara, H., Purwanti, R. D., Nuraziz, A. S., Hakim, I. A., Almusawa, S. H. A., & Erlangga, A. (2021). Pemanfaatan Media Digital dalam Pemasaran Produk di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Mengabdi*, 1(1), 29-34.
- Lismiatun, Fitria, J. R., Yanuarso, B. P., Maulida, H., & Widiyanti, S. D. (2021). Penyuluhan dan Pemahaman Pemasaran Produk yang Kreatif dan Inovatif pada UMKM Merta Yasa, Bambu Mas, Desa Belega, Kabupaten

- Gianyar, Denpasar, Bali. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(2), 51-57.
- Mahariska, S. T. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Marketplace terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Produk Kecantikan di Sagara Volcanic Mud Mask Bandung. *Prosiding Management Universitas Islam Bandung*, 4(2).
- Mau Jadi Reseller atau Drop Shipper? Pelajari ini dulu. (2018, Maret 14). Retrieved from <https://www.cermati.com/artikel/mau-jadi-reseller-atau-drop-shipper-pelajari-ini-dulu>
- Muniarty, P., Nurhayati., Haryati, I., Jaenab., Pratiwi, A., & Nurulrahmatiah, N. (2021). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mahasiswa Peserta Pengenalan Kehidupan Kampus bagi Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(3),.
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya., Shabrina, N., Krisnaldy. (2020). Menjadi Enterpreneur Muda yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Top 10 Marketplace E-Commerce Indonesia yang Paling Banyak Pengunjung. (2021, Juni 24). Retrieved from <https://www.sirclo.com/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjungnya/>



#### DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN

