

Membangun Jiwa Wirausaha Dengan Pemanfaatan Platform Media Sosial Dan Marketplace

Muhammad Farhan¹, Siti Nur Hasanah², Edi Setiyawan³, Irenne Putren^{4*}

^{1,2,3}Mahasiswa Program Studi Akuntansi; ⁴Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang
m.farhanacc11@gmail.com¹; dosen01820@unpam.ac.id^{4*}

Received 9 November 2021 | Revised 24 Desember 21 | Accepted 27 Desember 2021

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Mahasiswa 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: Manfaat; Wirausaha; Media Sosial; Marketplace

Abstract

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: Benefit; Entrepreneur; Social Media; Marketplace

PENDAHULUAN

Latar Belakang

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. 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.

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.”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apa tujuan pelaksanaan kegiatan ini ?
2. Bagaimana memberikan pemanfaatan pada platform media sosial dan market place ?

Tujuan Program

Dalam kegiatan ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, tujuan tersebut yaitu :

1. Untuk memberikan pemahaman dan penerapan tentang wirausaha kepada remaja agar memiliki penghasilan sendiri dengan memanfaatkan platform media sosial dan market place.
2. Memberikan motivasi dengan cara memanfaatkan platform pada media sosial dan marketplace sehingga remaja dapat berwirausaha dengan menerapkan strategi yang tepat dengan jangkauan yang luas.

Manfaat Program

Manfaat kegiatan ini diharapkan memberikan pengetahuan dan wawasan tentang kreatifitas untuk berwirausaha, meningkatkan jumlah penggunaan market place atau penjualan online dalam meningkatkan kuantitas penjualan, memberikan motivasi kepada remaja untuk berinovasi agar dapat mendapatkan penghasilan.

METODE

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 PKM.

1. Tahap Persiapan, melakukan survei tempat dan meminta izin ke Ketua Rukut 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.

Solusi Pemecahan Masalah

Untuk memecahkan masalah masyarakat dituntut untuk selalu belajar, berinovasi, mandiri dan mampu beradaptasi dengan keadaan serta lingkungan. Kegiatan P(M)KM ini yang diberikan kepada remaja dianggap tepat sebagai solusi dalam permasalahan ini. Dalam hal ini kami memberikan strategi pemasaran untuk berwirausaha, dimana pemasaran merupakan salah satu hal terpenting dalam bisnis.

Sebuah produk mulai didistribusikan dan di kenal sampai ditangan konsumen itu merupakan bagian dari pemasaran. Strategi pemasaran merupakan salah satu penentu lakunya produk dipasarkan. Melalui digital marketing (media sosial) atau bisa disebut juga pemasaran secara digital merupakan salah satu media yang banyak diminati saat ini. Masyarakat saat ini mulai meninggalkan pemasaran secara tradisional dan beralih ke pemasaran digital karena pemasaran digital lebih mudah untuk dilakukan setiap waktu/real time dan dapat di lihat dengan jangkauan yang luas dalam waktu singkat. Mudahnya penggunaan dalam pemasaran digital ini dapat membantu pengusaha pemula untuk mengembangkan pasarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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

Potensi media sosial di Indonesia sangat bagus karena 160juta 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 dimedia 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 dimedia 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, film pendek, dll.
2. WhatsApp, merupakan aplikasi berkiriman pesan dengan instan bisa melalui *smartphone* ataupun laptop. Dalam whatsapp ini tidak ada batasan pemakaian, selama memiliki data internet yang memadai tetap bisa berkiriman 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 videp, dilengkapi dengan berbagai bentuk filter, musil, 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.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan P(M)KM



Gambar 2. Penyampaian Materi Media Sosial dan Marketplace



Gambar 3. Sosialisasi penerapan Media Sosial dan Marketplace



**Gambar 4. Foto bersama
(Sumber : Dokumentasi)**

SIMPULAN

Dari 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 social dan penggunaan market place untuk mempromosikan produk dan berjualan online.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih sebesar-besarnya kepada ketua RW 008 dan Ketua RT 002 Gang kembang Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur yang telah memberi izin untuk melakukan kegiatan P(M)KM. Terimakasih kepada Ibu Irene Putren. S.Pd., M.Pd yang telah membimbing kami selama kegiatan P(M)KM ini.

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 Pengunjungnya*. (2021, Juni 24). Retrieved from <https://www.sirclo.com/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjungnya/>