

Mudahnya Berwirausaha di Era Milenial dan Pengenalan *Marketplace*Mazidatul Faizah^{1*}, Tri Lestari², Gian Diva Bayu K.³¹Agroekoteknologi

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Email: mazidatul@unwaha.ac.id²Manajemen

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah .

Email: tri57267@gmail.com³Ekonomi

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah .

Email: gcah8686@gmail.com**ABSTRACT**

The people in Karangdagangan village make a living as farmers of fruit, vegetables and nuts, farm laborers and some are traders. The agricultural hasih in Karangdagang village that stands out are fruits and vegetables. In their daily life, people in the village of Karangdagang do farming activities in the fields. Because the farmers lack the skills to increase their selling power, they still use the old way of marketing their crops, which is still dependent on middlemen who come to buy their crops. Approach methods for implementing community service activities scheme include lectures, discussions, and workshops (training). The lecture and discussion method is carried out in the socialization of entrepreneurship in the millennial era and the introduction of the market. The method used in this activity is to use the workshop method through the form of socialization, training, and intensive mentoring to design and market agricultural products using the media marketplace. Through this training activity, it is hoped that it can solve problems that are partner companies. The results of this activity can provide additional insight and knowledge as well as skills of PKK Karangdagang village women regarding marketing agricultural products through the media marketplace, fostering new enthusiasm for PKK Karangd Perdagangan women in marketing their agricultural products in other ways, namely through the media marketplace, and help PKK women in Karangd trade village to be able to develop strategies in marketing their agricultural products easily.

Keywords: Marketplace; Entrepreneurship; Marketing.

ABSTRAK

Masyarakat didesa Karangdaganganan bermatapencanharian sebagai petani buah, sayur dan kacang-kacangan, buruh tani dan sebagian adalah pedagang. Hasil pertanian didesa Karangdagangan yang menonjol adalah buah-buahan dan sayur mayur. Dalam kesehariannya orang-orang di desa Karangdagangan melakukan aktivitas bertani di sawah. Karena kurangnya pengetahuan bidang pemasaran para petani kurang memiliki keterampilan untuk meningkatkan daya jual, mereka masih menggunakan cara lama dalam memasarkan hasil panennya yaitu masih bergantung pada tengkulak yang datang untuk membeli hasil panennya. Metode pendekatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini meliputi metode ceramah, diskusi, dan workshop (pelatihan). Metode ceramah dan diskusi dilaksanakan pada kegiatan sosialisasi berwirausaha di era milenial dan pengenalan marketplace.. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah menggunakan metode workshop melalui bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara intensif sampai dapat merancang dan memasarkan produk hasil pertanian menggunakan media marketplace. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra. Hasil dari kegiatan ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan serta keterampilan ibu-ibu PKK desa Karangdagangan mengenai memasarkan produk hasil pertanian melalui media marketplace, menumbuhkan gairah baru ibu-ibu PKK desa Karangdagangan dalam memasarkan produk hasil pertaniannya dengan cara lain yaitu melalui media marketplace, dan membantu ibu-ibu PKK desa

Karangdagangan agar dapat merancang strategi dalam memasarkan produk hasil pertaniannya dengan mudah.

Kata Kunci: *Marketplace; Wirausaha; Pemasaran.*

PENDAHULUAN

Secara umum program pemberdayaan masyarakat yang ada di desa Karangdagangan belum terlaksana dengan baik masih di butuhkan pengembangan yang lebih baik lagi, salah satunya yaitu pada bidang pemasaran sebagian masyarakat masih membutuhkan skil dan pelatihan khusus untuk mengembangkan potensi yang ada di desa.

Rata-rata pekerjaan masyarakat didesa Karangdagangan adalah petani buah, sayur dan kacang-kacangan, buruh tani dan sebagian adalah pedagang. Hasil pertanian didesa Karangdagangan yang menonjol adalah buah-buahan dan sayur mayur, buah-buahan tersebut yaitu semangka dan melon sedangkan untuk sayurannya yaitu tomat, terong, krai, timun, kangkung, bayam dll. Dalam kesehariannya orang-orang di desa Karangdagangan melakukan aktivitas bertani di sawah. Karena kurangnya pengetahuan bidang pemasaran para petani kurang memiliki keterampilan untuk meningkatkan daya jual, mereka masih menggunakan cara lama dalam memasarkan hasil panennya yaitu masih bergantung pada tengkulak yang datang untuk membeli hasil panennya.

Semakin lama kemajuan zamanpun makin pesat, pengetahuan tentang teknologi sangat diperlukan untuk mengikuti kemajuan zaman jika tidak mengetahui sama sekali tentang teknologi maka akan tenggelam dalam zaman. Sekarang ini orang-orang lebih menyukai sesuatu yang mudah, cepat, efektif dan tidak membuang banyak waktu. Misal seperti ingin maakan sesuatu atau membeli suatu barang, orang akan lebih memilih membeli secara online dengan sistem COD (Cash On Delivery) dimana seseorang tidak perlu membuang waktu untuk keluar dan mencari barang tersebut ke toko ataupun pasar, karena cukup dengan duduk manis dan menggunakan telepon genggam (HP) kita bisa mencari baarang apapun dengan harga yang sesuai, kita bisa bayar ketika barang dating (Sulaksana, 2007).

Kurangnya pengetahuan akan teknologi dan jual beli produk di *marketplace* (jual beli barang secara online) sangat menyayangkan hal tersebut. Karena banyaknya produk-produk yang dapat dihasilkan dari hasil pertanian masyarakat. sehingga bisa dimanfaatkan untuk menjadi produk unggulan didesa Karangdagangan. Dengan begitu bisa mengisi kegiatan luang yang memberikan banyak manfaat sekaligus menambah penghasilan. Di desa Karangdagangan sendiri masih kurang maju dalam hal teknologi, masih ada beberapaa masyarakat yang tidak mempunyai telepon genggam (HP) untuk mencari dan menyebarkan informasi dari satu orang keorang yang lain. Sehingga di butuhkan pelatihan khusus tentang pemasaran agar mereka bisa meningkatkan pemasarnya yaitu dengan sosialisasi mudahna berwirausaha di era milenial dan pengenalan *marketplace*.

Marketplace memiliki konsep seperti pasar tradisional hanya saja menggunakan sistem online, sehingga lebih mudah dalam memasarkan barang (Ahmadi, dkk., 2013). Produk-produk ini berkisar dari makanan, pakaian, peralatan rumah tangga yang dijual disitus yang dimana situs tersebut merupakan penghubung antara penjual dan calon pembeli. Pemilik *marketplace* memiliki peraan sebagai pihak yang mempertemukan antara penjual dengan pembeli pada *website* mereka. *Marketplace* adalah situs web atau aplikasi *online* yang memfasilitasi proses pembelian dan penjualan berbagai took (Hermawan, 2012). Beberapa situs *E-commerce* seperti Blibli dan Belanja merupakan contoh situs yang mengkurasi penjualnya. Adapula yang bebas membuka kesempatan bagi semua orang untuk menjadi penjual seperti elevania, Tokopedia dan Bukalapak (Rangkuti, dan Freddy, 2009).

Melihat manfaat dan keuntungannya yang luas, sudah tentu pengguna *marketplace* akan banyak bermanfaat dan membantu tumbuh kembangnya pelaku usaha kecil yang memiliki produk berpotensi dan dibutuhkan oleh pasar (Cresswell, 2010). Salah satu alasan mengapa pasar terkenal adalah karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya. Banyak yang menggambarkan pasar online sebagai *department store*. Contoh *marketplace* yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli dan masih banyak lagi.

Pada saat pandemi seperti ini tidak bisa dipungkiri bahwa banyak mengalami kendala/hambatan dalam bidang pendidikan. Salah satunya sekolah mulai tidak bisa aktif seperti biasanya. Sekalipun adanya kelas daring (kelas *online*) untuk mengganti kelas agar tetap aktif masih belum bisa maksimal. Karena masih ada kendala dimana siswa ada yang tidak mempunyai telepon genggam (HP) dan internet untuk bisa

mengikuti kelas daring (kelas *online*). Dan sebagian lagi ikut dengan teman yang mempunyai telepon genggam (HP) untuk mengikuti kelas daring (kelas *online*) tersebut. Selain itu kendala lain yaitu orang tua yang tidak tahu bagaimana kelas daring (kelas *online*) itu berjalan, sehingga orang tua tidak bisa mendampingi anak ketika sedang mengikuti kelas daring (kelas daring) tersebut.

Berdasarkan penjabaran diatas, kegiatan pengabdian pada masyarakat desa Karangdagangan akan dilaksanakan sosialisasi mudahnya berwirausaha di era milenial dan pengenalan *marketplace* sekaligus praktek pembuatan akun *marketplace*. Kegiatan ini dapat membantu dalam meembangkan dalam bidang pemasaran barang.

Mitra pada kegiatan pengabdian pada masyarakat desa Karangdagangan adalah Ibu-ibu PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Berdasarkan hasil analisis situasi di atas, muncul permasalahan yang perlu diselesaikan berkaitan dengan rencana kegiatan pengabdian pada masyarakat desa Karangdagangan ini untuk mitra adalah sebagai berikut yaitu: (1) masih belum optimalnya proses pemasaran hasil panen warga karena masih menggunakan cara lama/ tradisional?; dan (2) kurangnya pengetahuan tentang teknologi dan teknis dalam memasarkan produk melalui media online atau *marketplace*?

Dari permasalahan-permasalahan yang telah diidentifikasi di atas selanjutnya dilaksanakan diskusi antar tim pengusul bersama mitra (Ibu-ibu PKK dan Kepala desa) untuk menjustifikasi/menentukan persoalan yang disepakati agar diselesaikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilaksanakan, permasalahan yang disepakati untuk diselesaikan adalah kurangnya pengetahuan tentang teknologi dan teknis dalam memasarkan produk hasil pertanian melalui media online atau *marketplace*, dengan adanya cara yang mudah dan cepat dalam pemasaran produk hasil pertanian, yaitu memasarkan produk pertanian melalui media *marketplace*.

Berdasarkan penentuan permasalahan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa: (1) permasalahan pokok yang pertama adalah permasalahan yang terkait dengan pengembangan dalam memasarkan produk hasil pertanian untuk meningkatkan pendapatan dengan mudah dan cepat, dan (2) permasalahan pokok yang kedua adalah pengetahuan tentang teknologi dan pemasaran secara online dengan media *marketplace*.

METODE

Sasaran kegiatan sosialisasi mudahnya berwirausaha di era milenial dan pengenalan *marketplace* sekaaligus pelatihan membuat akun serta teknis memasarkan produk hasil pertaniannya dengan menggunakan media *marketplace*. Kegiatan ini dilaksanakan dibalai desa Karangdagangan dengan jumlah sekitar 20 orang. Pada kegiatan ini menggunakan narasumber dan instruktur anggota Pengabdian sebagai pelaku dalam pengguna *marketplace*.

Metode pendekatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini meliputi metode ceramah, diskusi, dan workshop (pelatihan). Metode ceramah dan diskusi dilaksanakan pada kegiatan sosialisasi berwirausaha di era milenial dan pengenalan *marketplace*. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah menggunakan metode workshop melalui bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara intensif sampai dapat merancang dan memasarkan produk hasil pertanian menggunakan media *marketplace*. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilakukan pada bulan Oktober 2020. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan yang sudah dilakukan sebagai berikut yaitu pada awal program kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awal melalui ijin pelaksanaan Pengabdian yang dilakukan dengan Kepala desa Karangdagangan bapak Tambit. Hasil koordinasi dengan pihak mitra mengijinkan melakukan kegiatan Pengabdian masyarakat sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Setelah perijinan selesai, selanjutnya dilakukan koordinasi lanjutan dengan ibu Mu'anah selaku ketua ibu-ibu PKK terkait dengan penggunaan media *marketplace* untuk memasarkan produk hasil pertanian di desa Karangdagangan. Hal ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada ibu-ibu PKK desa Karangdagangan.

Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat desa Karangdagangan dalam memasarkan produk hasil pertaniannya masih menggunakan cara lama yaitu menunggu tengkulak datang untuk membeli hasil panennya kemudian menjualnya lagi. Beberapa ada yang tahu *marketplace* dari iklan di TV tapi tidak tahu teknis menggunakannya dalam memasarkan produk atau barang. Berdasarkan hal tersebut, maka

Pengabdian berusaha membantu para ibu-ibu PKK dalam meningkatkan keterampilan dengan cara memasarkan hasil pertanian menggunakan media *marketplace* yang mudah.

Pada kegiatan penyusunan materi pada kegiatan ini disusun oleh tim pelaksana dengan melakukan kajian pustaka dari berbagai referensi terkait dengan cara membuat akun berjualan dan cara menjual produk hasil pertanian melalui media *marketplace*. Tahap penyusunan materi ini dimulai pada awal pelaksanaan dan digunakan untuk kegiatan sosialisasi pengenalan dan teknis menjual produk hasil pertanian di *marketplace*.

Pada saat pelaksanaan program sosialisasi mudahnya berwirausaha di era milenial dan pengenalan *marketplace* sekaligus pelatihan membuat akun serta memasarkan produk melalui media *marketplace*. Sosialisasi ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan/pengetahuan dan informasi tambahan kepada ibu-ibu PKK desa Karangdagangan terkait memasarkan produk hasil pertanian melalui media *marketplace*. Kegiatan ini diikuti sebanyak 20 peserta dari ibu-ibu PKK dengan bertempat di balai desa Karangdagangan Kecamatan Bnadar Kedungmulyo Kabupaten Jombang pada tanggal 28 Oktober 2020. Narasumber dalam kegiatan ini adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi program studi Manajemen Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Kegiatan selanjutnya adanya kegiatan diskusi dan Tanya jawab dengan peserta sosialisasi yang dikemas melalui *Focus Grup Discussion* (FGD). Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa beberapa ibu-ibu PKK desa Karangdagangan peserta sosialisasi mengalami kebingungan diawal tetapi ketika mulai masuk membuat akun jual mereka sangat antusias dan bersemangat untuk mencobanya.

Kegiatan pelatihan ini juga dilakukan penyebaran angket respon kepuasan peserta pelatihan dalam mengikuti kegiatan tersebut. Hasil respon kepuasan kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa peserta pelatihan menilai kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat dan menyenangkan sehingga para peserta sangat bersemangat. Selain itu, kegiatan pelatihan ini memberikan pengalaman langsung kepada ibu-ibu PKK desa Karangdagangan dalam memasarkan produk hasil pertaniannya melalui media *marketplace*.

Hasil penilaian keterampilan ibu-ibu PKK desa Karangdagangan menunjukkan bahwa 70% peserta pelatihan memiliki keterampilan yang baik dalam merancang dan memasarkan produk hasil pertanian menggunakan media *marketplace*. Sebanyak 30% peserta pelatihan dalam kategori dengan keterampilan yang cukup baik dimana dipengaruhi oleh usia ibu-ibu PKK sekitar 40 tahun ke atas.

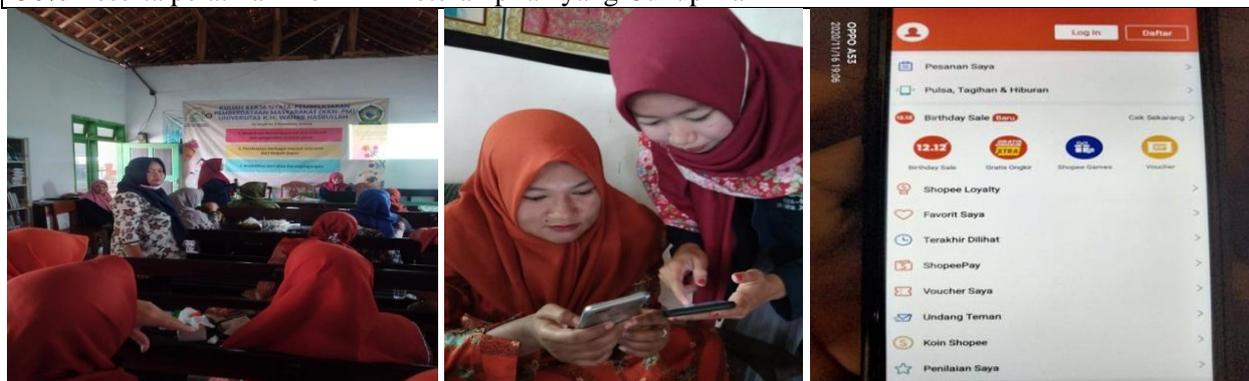
Tabel 1. Hasil Penilaian Keterampilan Ibu-Ibu PKK

| No | Uraian | Skor Rata-Rata |
|----|---|----------------|
| 1 | Kemampuan memahami petunjuk pembuatan akun jual di <i>marketplace</i> | 3.6 |
| 2 | Kemampuan mempraktekkan membuat akun jual di <i>marketplace</i> | 3.2 |
| 3 | Kemampuan memahami strategi memasarkan produk di <i>marketplace</i> | 3.7 |
| 4 | Kemampuan mempraktekkan memasarkan produk di <i>marketplace</i> | 3.5 |

Keterangan:

70% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Baik

30% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Cukup Baik



Gambar 1. Kegiatan Pendampingan Marketplace

Kegiatan ini bertujuan untuk melihat keaktifan dan keterampilan ibu-ibu PKK dalam memasarkan produk hasil pertaniannya dengan menggunakan media *marketplace* yang pastinya lebih mudah dan efisien. Jadi selain menggunakan cara tradisional dalam memasarkan produk juga bisa menggunakan cara memasarkan melalui media *marketplace* untuk meningkatkan pendapatan (Jacobsen, 2009). Penerapan media ini menunjukkan bahwa peserta sosialisasi sangat antusias dan bersemangat saat materi diberikan,

peserta juga sangat aktif bertanya ketika praktek membuat akun dan memasarkan produk menggunakan media *marketplace*. Selain itu materi tersebut dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan para peserta.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut yaitu: (1) memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan serta keterampilan ibu-ibu PKK desa Karangdagangan mengenai memasarkan produk hasil pertanian melalui media *marketplace*; (2) menumbuhkan gairah baru ibu-ibu PKK desa Karangdagangan dalam memasarkan produk hasil pertaniannya dengan cara lain yaitu melalui media *marketplace*; dan (3) membantu ibu-ibu PKK desa Karangdagangan agar dapat merancang strategi dalam memasarkan produk hasil pertaniannya dengan mudah.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memang sudah dilaksanakan sampai dengan tahap penerapan media *marketplace* dalam memasarkan produknya. Perlu diperhatikan bahwa kegiatan ini tidak berhenti hanya pada saat kegiatan dilaksanakan. Hal yang perlu dilakukan adalah agar keterampilan ibu-ibu PKK desa Karangdagangan dalam memasarkan produk hasil pertaniannya melalui media *marketplace* dengan menyesuaikan kemajuan jaman.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmadi, Candra & Dadang, Hermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Edisi 1. ISBN : 978-979-29-2319-3. Yogyakarta: ANDI.
- Cresswell, J. W. (2010) . *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Jacobsen, B., P. (2009). Investor Creativity. *Journal of Place Management and Development*, 2(1), pp 126-134.
- Kriyantono, Rakhmat. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Kencana.
- LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. (2019). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (PPM)*. Jombang: LPPM UNWAHA.
- Rangkuti, dan Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus IMC*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sulaksana. (2007). *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Quantum.
- Saputra, W. (2011). *Public Relations Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Strategi Pemasaran: Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wiley, Yoeti. A. Oka. (1996). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Perca.
- Yananda, M. Rahmat. (2011). *Branding Tempat Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: PT. Makna Informasi Indonesia.