



---

MENUMBUHKAN SEJAK DINI MINAT BERWIRAUSAHA  
DARI SISI E-COMMERCE PADA MAHASISWA

Oleh

Sonny Santosa<sup>1</sup>, Elizabeth<sup>2</sup>, Rini Novianti<sup>3</sup>, Vandi Dwi Putra<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup>Fakultas Bisnis/Universitas Buddhi Dharma

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi & Bisnis/Universitas Budi Luhur

Email: <sup>1</sup>[snnsantosa@gmail.com](mailto:snnsantosa@gmail.com), <sup>2</sup>[elizabeth@budiluhur.ac.id](mailto:elizabeth@budiluhur.ac.id), <sup>3</sup>[rini.novianti@ubd.ac.id](mailto:rini.novianti@ubd.ac.id),  
<sup>4</sup>[vandidp17@gmail.com](mailto:vandidp17@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 16-10-2022

Revised: 26-10-2022

Accepted: 07-11-2022

**Keywords:**

E-commerce, Minat  
Berwirausaha,

***Abstract:** Masa pandemic yang telah kita lewati beberapa tahun ini tidak hanya menimbulkan dampak negative namun juga dampak positif yang sama kuatnya pada segala bidang. Bentuk dampak positif yang paling terasa adalah adanya penerapan digitalisasi pada bidang pemasaran, peralihan budaya pemasaran saat ini telah didominasi oleh e-commerce. Disisi lain para mahasiswa yang seyogianya berada pada kelompok potensial sudah seharusnya mampu memanfaatkan momen ini untuk mengembangkan kreativitas yang membangkitkan inovasi, minimal sebagai langkah awal sebagai upaya untuk turut andil dalam mengembangkan minat berwirausaha. Tujuan abdimas ini adalah sebagai upaya untuk mendorong munculnya rintisan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa. Metode abdimas ini adalah sosialisasi secara daring yang diikuti oleh mahasiswa. Hasil abdimas ini menunjukkan adanya gagasan baru dari 2 (dua) sisi, yang pertama adalah gagasan untuk memperbaharui kurikulum terkait matakuliah kewirausahaan ditingkat fakultas, dan yang kedua adalah meningkatkan kerjasama terkait pendanaan lunak yang memberikan keuntungan bagi 2 (dua) belah pihak.*

---

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

---

**PENDAHULUAN**

Tahun 2020 menjadi saksi bisu dalam roda kehidupan bagi masyarakat dunia. Efek domino dari pandemic yang terjadi pada Sebagian besar negara didunia tidak hanya merubah pola yang sudah ada sebelumnya, bahkan memunculkan metoda baru dalam tiap aspeknya. Ketidaksiapan masyarakat yang dihadapkan pada kondisi ini membuat tekanan yang cukup dahsyat, begitupula dengan adanya pandemic seperti ini pun bisa membawa hal positif yang muncul didalam kehidupan kita, seperti saling *respect* pada kehidupan, peluang baru dalam berbagai aspek dan sebagainya. Kondisi pandemi yang dialami oleh setiap bangsa telah menimbulkan efek yang sangat terasa disetiap bidang, salah satunya diaspek perekonomian (Nasution et al., 2020). Di Indonesia sendiri, seperti yang disampaikan sebelumnya dampak adanya pandemi ini sangat begitu terasa, banyak sekali usaha atau bisnis UMKM yang mengalami tren penurunan penghasilan, hal ini terjadi karena adanya indikasi ketidaksiapan kita pada tahap awal, dan dari sanalah kita belajar dan memahami bahwa adaptasi adalah kata kuncinya, kita kembali pada prinsip utama sejak manusia zaman *primitive* yang bisa bertahan hidup adalah yang mampu

beradaptasi, pandemic ini telah mengubah tren usaha atau industri apa saja yang dapat bertahan? yang jelas gaya hidup dirumah saja selama pandemi ini telah membuat teknologi digital menjadi basis kehidupan kita (Liu & Sukmariningsih, 2021) hampir semua aspek yang mempengaruhi kebutuhan kita bisa dikendalikan dengan gawai ditangan, kita mencari-cari berbagai kegiatan untuk mengisi waktu, *scrolling timeline* dimedia sosial dapat dikatakan masih relevan, dan tentu saja kita butuh cara untuk beraktifitas untuk menghibur diri untuk bersosialisasi secara digital, dan rasanya peluang di industri digital terkait dunia hiburan dan edukasi masih akan terbuka sangat lebar ditahun 2022, karena kalau kita melihat tahun 2021 sebelumnya kita masih menganut paham *contact less economy* atau *less contact economy* (Mulyani et al., 2020) sehingga tentunya kita dapat melihat peranan industri digital ataupun dari *traditional business* masuk kedigital itu menjadi sangat penting bagi calon UMKM tata usaha tersebut dan pada akhirnya bisnis-bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang bisa masuk kedalam digital tersebut. Selain itu kita bisa melihat bahwa sejak pandemi melanda, *behaviour* dari para pelanggan telah berbeda dari sebelumnya, ambil contoh saja kalau dulu sebelum pandemi orang-orang lebih suka melakukan aktivitas keluar-keluar, namun sekarang lebih banyak dirumah karena kebiasaan kemaren seperti *stay at home* yang menjadi suatu rutinitas kebiasaan, jadi disitulah kita bisa melihat sebuah peluang yang baru, misalnya orang-orang yang tidak senang berada didalam sebuah ruangan, pasti akan sangat senang melakukan *outdoor activity* artinya disini kalau kita lihat *behavior*-nya orang-orang naik sepeda, naik gunung, jadi mereka melakukan *outdoor activity*, mungkin kita bisa melihat bisnis-bisnis apa saja yang bisa mencakupi dengan hal-hal tersebut.?

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan abdimas ini adalah dengan melakukan sosialisasi (pemaparan materi) secara online yang diikuti oleh seluruh mahasiswa khususnya mahasiswa dikonsentrasi manajemen pemasaran. Dalam sesi tersebut disisipkan juga materi terkait strategi bisnis yang sangat mungkin dilakukan untuk mempertahankan perekonomian masyarakat dan pelatihan secara online terkait analisa pemasaran dari sisi produk. Selain mahasiswa yang mendominasi peserta ini, kami turut menghadirkan 2 (dua) tokoh masyarakat setempat dan komunitas penggiat UMKM, hal ini bertujuan agar bisa memberikan efek keberlanjutan dari sisi pendanaan dan cara memulai UMKM. Kurang lebih semua peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 84 (delapan puluh empat) orang.

### Pelaksanaan Kegiatan

#### a. Tempat dan Waktu Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 28 Oktober 2022 dengan menggunakan media *google meet*.

#### b. Peserta

Peserta kegiatan pengabdian ini didominasi oleh mahasiswa (karena memang yang menjadi objek dari kegiatan ini adalah memberikan stimulan pada mahasiswa untuk berwirausaha)

#### c. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan ini dimulai pada hari Jumat, 28 Oktober 2022 dengan menggunakan *platform google meet*. Penyampaian materi oleh narasumber berkaitan dengan **minat berwirausaha** disampaikan oleh Elizabeth, S.E.,M.M & Rini Novianti, S.E.,M.Akt sedangkan materi **analisa pemasaran** disampaikan

oleh Sonny Santosa, S.E.,M.M.,CHRP dan Vandi Dwi Putra (Sebagai *role model* mahasiswa).

Kegiatan berlangsung mulai pukul 08.00 hingga 11.00 dengan peserta sebanyak 84 orang yang terdiri dari mahasiswa, tokoh masyarakat dan komunitas penggiat UMKM. Kegiatan ini berjalan dengan tertib dan lancar.

Peserta dari kegiatan abdimas ini diberikan kesempatan selama dua minggu pasca sosialisasi untuk merumuskan satu gagasan bentuk bisnis yang hendak dijalani. Bentuk kegiatan berupa catatan maupun video dikirimkan melalui grup *whatsapp*. Dalam hal ini, tim PKM melakukan pendampingan kepada peserta yang mengirimkan ide atau gagasan bisnisnya yang hendak dijadikan *project* percontohan untuk diajukan kepada pihak eksternal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya Kerjasama yang baik antara tim pengabdian masyarakat dengan beberapa pihak, tim dapat melaksanakan kegiatan abdimas ini dengan baik dan lancar, diharapkan dari sesi sosialisasi pengenalan minat berwirausaha dan analisa pemasaran yang dilakukan oleh tim, akan cukup memberikan pengenalan dan pemahaman yang baik terkait beberapa pilihan gagasan untuk memulai minat berwirausaha. Hasil dari kegiatan abdimas ini yang dapat disampaikan adalah meningkatnya animo mahasiswa untuk mencoba berwirausaha dengan menggunakan *platform e-commerce* yang tersedia. Pada sesi acara sosialisasi pengenalan minat berwirausaha terdapat masukan penting yang disampaikan oleh salah satu peserta yaitu pentingnya penekanan yang lebih terkait mata kuliah kewirausahaan sehingga tidak terkesan teoritis namun lebih diarahkan kepada yang sifatnya praktis dalam lingkup kewirausahaan, kemudian lebih ditingkatkan lagi kerjasama mengenai proses peminjaman atau bantuan dana yang melibatkan pada komunitas seperti HIPMI. Karena dalam kondisi seperti ini selain strategi yang ditentukan dalam mempertahankan usaha mereka (para pelaku UMKM) juga sangat membutuhkan bantuan dana agar bisa menerapkan strategi yang disampaikan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini sudah dilakukan dengan baik dengan cara memberikan sosialisasi terkait factor-factor untuk menumbuhkan minat yang dikemas dalam berbagai *platform e-commerce* yang tersedia luas, beberapa ulasan yang dapat disampaikan adalah:

- a. Melaksanakan pelatihan/workshop sebagai tindak lanjut kegiatan sosialisasi pengenalan strategi digital branding ini khususnya dengan konsep pemasaran
- b. Perlu adanya pengenalan pembuatan laporan keuangan yang memadai agar para peserta ini bisa membuat persiapan terkait dengan penyusunan laporan keuangan yang sederhana agar patuh terhadap peraturan perpajakan.

Selain itu dari hasil kuesioner/angket yang disebar setidaknya terdapat dua kelompok sampel para pelaku UMKM dalam keseluruhan populasi yang diukur mengenai factor dominan yang dijadikan factor stimulant dalam memunculkan minat berwirausaha di masa pandemi dengan menggunakan media *e-commerce*. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil Analisa yang dilakukan oleh tim abdimas yang mengacu pada *component matrix* yang dilakukan sebagai Analisa lanjut sebagai bentuk evaluasi jawaban yang disampaikan oleh para peserta. Dari hasil tersebut, tampak bahwa factor

Adanya minat berwirausaha paling dominan adalah datang dari diri sendiri (internal) masuk dalam kelompok pertama dan kedua yang memiliki nilai diatas 0,50. Artinya kelompok yang terbentuk menggambarkan adanya beberapa kesamaan factor dari responden ketika mencari strategi yang paling dominan digunakan untuk meningkatkan minat berwirausaha selain factor internal adalah pengalaman langsung sehingga dengan demikian diharapkan hasil yang didapat ini mampu menjadi sebuah strategi proyek percontohan bagi komunitas UMKM lainnya di Indonesia sehingga bisa menjadi bagian dari pemerataan pendapatan yang sama agar ekonomi kreatif dapat terbentuk dan pada akhirnya terwujud kesejahteraan masyarakat meskipun dimasa pandemic.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pelaksanaan kegiatan ini terutama pada:

1. Bpk. Saenusi selaku Kepala Desa Gelam Jaya.
2. Bpk. Afroni, S.T selaku Kasi Pemerintahan.
3. Bpk. Susanto, selaku Kabag. *System Development* PT. Indako.
4. Komunita penggiat UMKM Kota Tangerang.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiansyah, tedy. (2020). Model Platform E-Commerce Dalam Mendukung Kesuksesan UMKM Di Indonesia. *Jurnal USAHA*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.30998/JUUK.V1I1.286>
- [2] Arwiedya, M. R., & Sugiarto, S. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia).
- [3] Burgess, S., Sellitto, C., Cox, C., & Buultjens, J. (n.d.). User-Generated Content (Ugc) In Tourism: Benefits And Concerns Of Online Consumers. *Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach*. (2016). *Digital and Social Media Marketing*. <https://doi.org/10.4324/9781315688763>
- [4] Georgiev, D. (2021). Content Marketing Statistics & Facts in 2020 [Infographic].
- [5] Liu, E., & Sukmariningsih, R. M. (2021). Membangun Model Basis Penggunaan Teknologi Digital Bagi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), 213–234. <https://doi.org/10.26623/JIC.V6I1.3191>
- [6] Mulyani, H. S., Sudirno, D., Kholiq, A., & Nahdi, D. S. (2020). Kemandirian Desa Melawan Covid-19 Secara Ekonomi Berbasis Potensi Desa. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 481–490. <https://doi.org/10.31949/JB.V1I4.491>