

## Pengembangan Platform Pasar Digital sebagai Inkubator Digital Bisnis Mahasiswa

Murhadi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknologi Informasi UM Purworejo, Purworejo 54114, Indonesia  
murhadi@umpwr.ac.id

### Abstrak

Produk mahasiswa dari kompetisi mahasiswa seperti PKM, KBMI dan kegiatan lomba kewirausahaan sangat banyak. Produk berupa makanan siap jual dan produk hasil pemanfaatan limbah sangat banyak. Tetapi produk tersebut seringkali tidak berkembang dan hilang seiring berakhirnya kompetisi. Hal ini disebabkan karena kurangnya media yang dapat menyalurkan produk mahasiswa. Penelitian ini akan mengembangkan Pasar Digital Mahasiswa (PadiMas) yang bertujuan untuk mendorong pemasaran produk karya mahasiswa yang lebih luas. Proses pengembangan aplikasi PadiMas dimulai dari identifikasi kebutuhan, pengembangan aplikasi, uji coba, sosialisasi, implementasi dan evaluasi. Untuk melakukan evaluasi dilakukan dengan melalui metode survey sehingga akan dapat dilihat kepuasan pengguna dengan aplikasi PadiMas. Pasar Digital Mahasiswa yang dikembangkan berupa platform Marketplace dimana mahasiswa dapat memasarkan produk, dan menjual produknya dengan lebih luas. Sehingga masyarakat luas dapat mengenal produk mahasiswa dan dapat menggunakan produk karya mahasiswa dengan harga terjangkau. Selanjutnya platform ini dapat dijadikan sebagai digital inkubator bagi mahasiswa untuk belajar mandiri melalui bidang kewirausahaan.

**Kata kunci:** Pemasaran, Produk mahasiswa, Pasar Digital Mahasiswa

### Abstract

*Student products from student competitions such as PKM, KBMI and entrepreneurship competition activities are numerous. Products in the form of ready-to-sell food and waste utilization products are very large. But these products often do not develop and disappear with the end of competition. This is due to the lack of media that can distribute student products. This research will develop the Student Digital Market (PadiMas) which aims to encourage wider marketing of student-made products. The process of developing the PadiMas application starts from identifying needs, developing applications, testing, outreach, implementation and evaluation. The evaluation is carried out using the survey method so that user satisfaction with the PadiMas application can be seen. The Student Digital Market developed is in the form of a Marketplace platform where students can market their products and sell their products more broadly. So that the wider community can get to know student products and can use student-made products at affordable prices. Furthermore, this platform can be used as a digital incubator for students to study independently through the field of entrepreneurship.*

*Keywords: Marketing, Student Product, Student Digital Market Platform*

### 1. PENDAHULUAN

Salah satu kecakapan hidup yang perlu dimiliki oleh mahasiswa adalah kecakapan berfikir. Kecakapan ini meliputi kecakapan menemukan, menggali dan mengolah informasi, mampu memecahkan masalah secara kreatif dan mampu mengambil keputusan dengan baik. Kemampuan tersebut dapat diperoleh salah satunya dengan membiasakan mahasiswa untuk berwirausaha.

Upaya untuk mengajarkan prinsip-prinsip kewirausahaan dan pengalaman berwirausaha sudah cukup banyak dilakukan oleh pemerintah dan stakeholder terkait. Baik melalui hibah-hibah Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ataupun melalui Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI). Bahkan dari beberapa perusahaan juga menawarkan program kompetisi kewirausahaan melalui program CSR perusahaan. Program-

program ini memang memberikan peluang kepada mahasiswa untuk menciptakan atau mengolah produk-produk kreatif dan inovatif yang siap untuk di pasarkan.

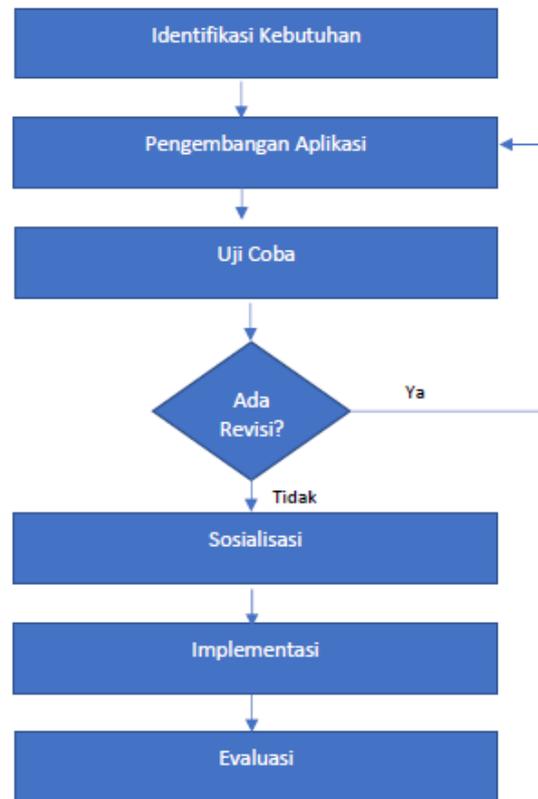
Produk-produk mahasiswa yang kreatif dan inovatif tersebut ada yang berhasil mengantarkan mahasiswa ke pintu kesuksesan ada juga yang hanya sebatas ikut kompetisi saja. Produk yang dihasilkan tidak sedikit yang terhenti karena masalah-masalah yang tertentu. Masalah yang sering di hadapi adalah masalah pemasaran produk. Beberapa produk tidak berhasil menyentuh masyarakat luas karena keterbatasan akses dan media pemasaran. Ada produk yang hanya di pasarkan di pasar lokal/wilayah dan tidak adanya media khusus yang menjajakan produk mahasiswa.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo memiliki ciri khas dalam mengembangkan produk untuk kompetisi kemahasiswaan. Produk yang di tawarkan sebagian besar adalah produk-produk konsumtif dan olahan limbah menjadi produk kreatif. Dalam setiap kompetisi PKM, mayoritas bentuk PKM yang mereka tawarkan adalah PKM Kewirausahaan. Di KBMI, mayoritas produk mahasiswa berupa makanan dan produk kreatif. Tetapi produk-produk tersebut terhenti seiring berakhirnya kompetisi. Sehingga perlu sebuah wadah untuk memasarkan produk mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi pemasaran digital melalui kanal daring (online) berbasis web. Aplikasi ini khusus memasarkan produk karya mahasiswa dari berbagai kompetisi kemahasiswaan yang luar nya berupa produk siap jual. Dengan adanya aplikasi ini diharapkan produk-produk mahasiswa dapat di pasarkan dengan lebih luas, hingga menjangkau tingkat nasional bahkan internasional. Aplikasi ini juga akan mengajarkan kepada mahasiswa tentang metode digital marketing. Aplikasi ini berbentuk marketplace yang akan memberikan kebebasan kepada mahasiswa untuk mengatur produk yang dimiliki dalam aplikasi.

**2. METODE**

Metode penelitian yang dilaksanakan yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Tahap pertama adalah tahap identifikasi kebutuhan. Tahap ini meliputi persiapan dan memetakan kebutuhan-kebutuhan dalam pelaksanaan penelitian. Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan yang ada dalam pengembangan aplikasi. Identifikasi juga dilakukan untuk mengidentifikasi produk-produk mahasiswa yang dapat di masukkan ke dalam marketplace. Tahap kedua adalah tahap pengembangan aplikasi. Pengembangan aplikasi berupa pembuatan mock-up, desain use case, dan pengembangan aplikasi. Penyusunan mock-up dan desain use case dilakukan oleh ketua peneliti.

Setelah aplikasi dikembangkan, selanjutnya dilakukan tahap ujicoba (testing) aplikasi. Tahap ujicoba dilakukan dalam beberapa tahap yaitu ujicoba terbatas dan ujicoba pengguna. Ujicoba terbatas dilakukan secara internal yang melibatkan pengembang yaitu ketua peneliti dan anggota peneliti 1. Ujicoba kedua yaitu ujicoba pengguna yang melibatkan mahasiswa sebagai penyedia produk dan pengguna yang akan membeli produk.

Hasil ujicoba ini akan di lihat jika ada revisi maka akan dikembalikan ke tahap pengembangan. Tetapi jika tidak ada perbaikan akan dilanjutkan ke tahap sosialisasi. Tahap sosialisasi dilakukan

dengan berbagai metode yaitu melalui media cetak dan berbentuk lokakarya dengan melibatkan mahasiswa penyedia produk.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Identifikasi Kebutuhan

Identifikasi kebutuhan terkait perlunya marketplace khusus bagi mahasiswa dilakukan dengan melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan mahasiswa-mahasiswa yang aktif dalam kegiatan lomba kewirausahaan mahasiswa. Dari FGD yang dilakukan, ditemukan hasil sebagai berikut.

- a. Saat ini, marketplace atau tempat memasarkan produk mahasiswa belum banyak dan masih bersifat umum. Sehingga jika di pasarkan pada marketplace yang ada, produk-produk mahasiswa kalah saing dengan produk lainnya. Oleh karena itu diperlukan pasar khusus yang menjual produk-produk mahasiswa.
- b. Produk mahasiswa rata-rata merupakan rintisan awal sehingga diperlukan tempat khusus untuk memperkenalkan secara jelas tentang produk yang dikembangkan.
- c. Keberlangsungan produk-produk mahasiswa biasanya tidak dilaksanakan secara kontinyu karena belum ada wadah khusus untuk memasarkan produk sehingga semangat berwirausaha mahasiswa terhenti setelah selesai perlombaan.
- d. Pemasaran yang dilakukan hanya melalui media seperti WhatsApp dan Instagram tidak memberikan efek jangka panjang bagi produk mahasiswa, karena pembelian hanya di awal dan segmen pasarnya tidak bisa berkembang.

Dari identifikasi kebutuhan di atas dapat dirumuskan bahwa mahasiswa memerlukan wadah khusus untuk memasarkan produk yang bersifat universal, global dan berkelanjutan. Oleh karena itu, marketplace yang dikembangkan memiliki fitur-fitur sebagai berikut.

User-user yang ada dalam sistem yaitu:

- a. Penjual yaitu mahasiswa
- b. Pembeli
- c. Member
- d. Vendor/Penyedia

Fitur Administrator yang diperlukan sebagai pengelola penuh dari marketplace.

- a. Beranda, Navigasi, Slide product, Transaksi
- b. Pesan dan Notifikasi transfer bank
- c. Invoice ( bisa print pdf langsung )
- d. Produk, Tambah produk, Produk, Produk pending, Sembunyikan produk, Draft, Hapus produk, Produk unggulan, Permintaan khusus
- e. Bidang kostum, Pendapatan & saldo penjual
- f. Pembayaran / tambahkan pembayaran / permintaan pembayaran / pembayaran selesai / pengaturan pembayaran
- g. Halaman / Tambah Halaman, blog / Tambah Update Blog, Pesan Kontak, Newsleter, Ulasan, Komentar
- h. Sistem Cache, SEO Tools
- i. Tambah Iklan
- j. Lokasi Penjualan
- k. Preferensi
- l. Pengaturan Form
- m. Opsi Pengiriman
- n. Kondisi Produk
- o. Pengaturan Pembayaran,
- p. Email, Pengaturan Visual, Pengaturan Umum, Pengaturan Sistem.

Fitur pembuka toko dalam hal ini mahasiswa

- a. Pesan
- b. Penjual
- c. Jual produk
- d. Pendaftaran hasil
- e. Penghasilan
- f. Download produk
- g. Pengaturan user toko pembuka

Peraturan umum yang dibuat dalam sistem adalah sebagai berikut.

- a. User pembeli : tidak perlu konfirmasi dari admin

- b. User penjual : setiap pendaftaran penjual & update produk yg akan di jual menunggu konfrim dari admin untuk menampilkan produk di beranda, wajib di konfirmasi oleh admin.
- c. User admin : admin berhak menghitung otomatis / pantauan + pembagian fee untuk admin + pengaturan iklan seperti product terpopuler dan lain sebagainya.

**3. 2. Use Case Diagram**

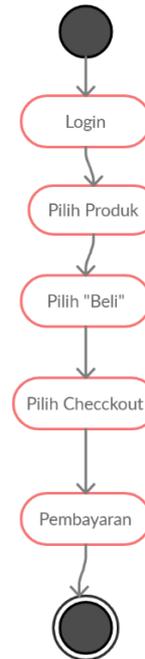
Use case diagram menjelaskan apa yang akan dilakukan oleh sistem yang akan dibangun dan siapa yang berinteraksi dengan sistem tersebut. Berikut adalah use case dari aplikasi marketplace mahasiswa.



Gambar 2. Use Case Diagram

**3. 3. Activity Diagram**

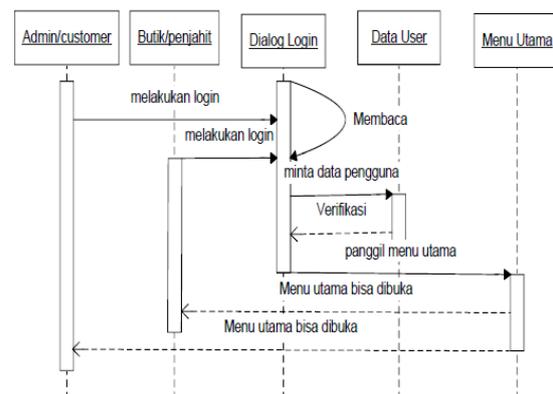
Activity Diagram merupakan diagram yang memodelkan alur kerja suatu proses bisnis, sangat mirip dengan flowchart karena memodelkan proses bisnis dari suatu aktivitas ke aktivitas lain atau dari aktivitas ke status. Berikut adalah contoh activity diagram yang ada dalam aplikasi marketplace produk mahasiswa.



Gambar 3. Activity Diagram

**3. 4. Squence Diagram**

Sequence diagram menggambarkan interaksi antar objek didalam dan sekitar sistem (termasuk pengguna, display dan sebagainya), berupa pesan terhadap waktu yang digunakan untuk menggambarkan skenario atau rangkaian langkah- langkah sebagai respon dari sebuah kejadian untuk menghasilkan keluaran tertentu. Berikut adalah contoh squence diagram yang ada dalam aplikasi marketplace produk mahasiswa.

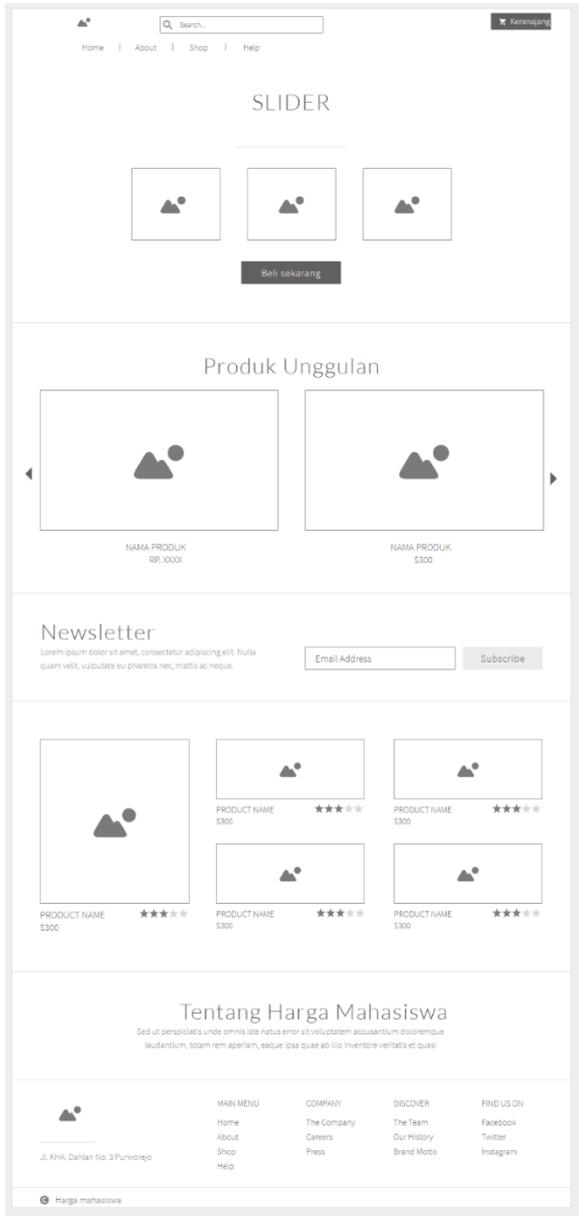


Gambar 4. Sequence Diagram

**3. 5. Mockup**

Mocukp merupakan draft kasar untuk mendesain aplikasi marketplace mahasiswa. Berikut adalah

salah satu contoh mockup aplikasi Marketplace mahasiswa.



Gambar 5. Mockup

### 3. 6. Tampilan Desain aplikasi.

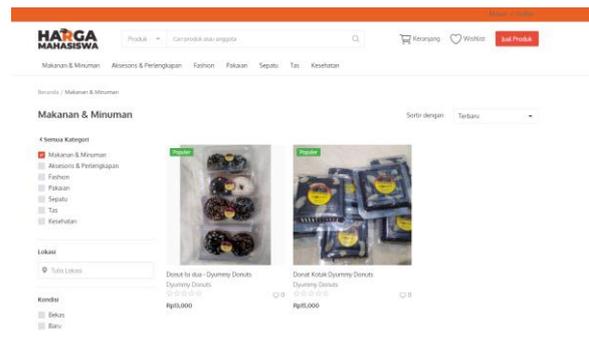
Setelah melalui desain mockup, proses selanjutnya adalah proses pengembangan aplikasi marketplace produk mahasiswa sesuai dengan yang direncanakan. Nama domain yang di pilih untuk dijadikan brand yang menarik dan muda di ingat adalah hargamahasiswa.com. Brand ini dipilih untuk menggambarkan bahwa platform yang dikembangkan menampung produk mahasiswa dengan harga murah. Karena anggapan yang beredar di masyarakat saat ini adalah label ‘harga mahasiswa’ merupakan harga terjangkau. Oleh karena itu brand yang

disematkan adalah Harga Mahasiswa. Berikut adalah tampilan website harga mahasiswa yang dikembangkan.



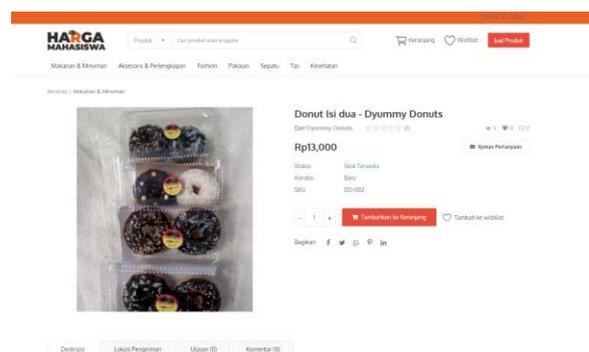
Gambar 5. Tampilan Beranda

Jika salah satu kategori produk di pilih, maka akan di bawa pada halaman yang menyajikan produk mahasiswa yang telah di pasarkan.



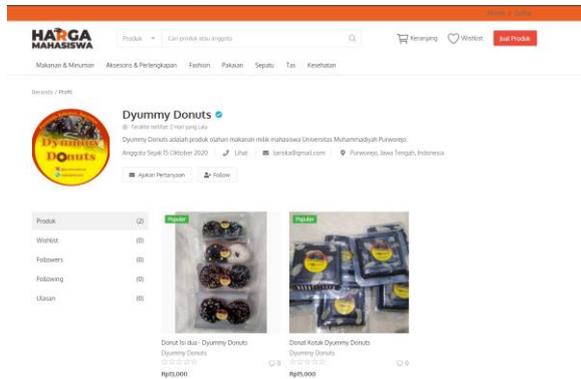
Gambar 6. Tampilan Kategori Produk

Jika produk di klik, maka akan menampilkan detail produk yang memuat foto, harga, deskripsi, penyedia (penjual), ajuan pertanyaan, tambah ke keranjang, tambah ke wisthlist dan fasilitas bagikan.



Gambar 7. Tampilan Poduk

Selain itu, terdapat juga identiteas peneydia, dan jika di klik maka akan di bawa ke informasi penyedia produk.



Gambar 8. Tampilan Vendor

**Pembahasan**

Dari hasil identifikasi kebutuhan dan FGD dengan mahasiswa yang memiliki produk diperoleh masukan-masukan tentang kebutuhan tempat khusus untuk memasarkan produk mahasiswa. Dari FGD di peroleh informasi kebutuhan selajutnya di rancang fitur apa saja yang ada dalam marketplace mahasiswa. Dari sisi pengguna, terdapat 3 pengguna utama yaitu Admin, Penjual dan Pembeli. Masing-masing penggunaan memiliki hak akses masing-masing. Admin atau administrator dapat mengakses seluruh sistem yang ada pada aplikasi marketplace mahasiswa. Penjual adalah mahasiswa yang memiliki produk dan ingin menjual produk-produknya di marketplace harga mahasiswa. Pembeli adalah pengunjung yang dapat melihat produk yang tersedia dan jika ingin membeli produk harus melakukan login ke dalam sistem.

Dalam sistem yang dikembangan, adminstrator dapat mengatur Navigasi, Side product, Transaksi, Pesan, Notifikasi transfer bank, Invoice, Produk, Pendapatan & saldo penjual, Pembayaran, Halaman / Tambah Halaman, Blog / Tambah Update Blog, Pesan Kontak, Newsleter, Ulasan, Komentar, Sistem Cache, SEO Tools, Tambah Iklan, Lokasi Penjualan, Preferensi, Pengaturan Form, Opsi Pengiriman, Kondisi Produk, Pengaturan Pembayaran, Pengaturan Email, Pengaturan Visual, Pengaturan Umum dan Pengaturan Sistem. Sebagai penjual, pengguna dapat melakukan pengaturan dan penyesuaian Pesanan, Penjualan, Jual produk, Pendaftaran hasil, Penghasilan, Download produk dan Pengaturan user toko pembuka.

Peraturan yang diterapkan dalam pengembangan marketplace adalah setiap pendaftaran penjual dan update produk yg akan di jual menunggu konfrim dari admin untuk menampilkan produk di beranda, wajib di konfirmasi oleh admin. Hal ini untuk memantu produk yang terjual benar-benar real dan asli. Sebagai User admin, admin berhak menghitung otomatis / pantauan + pembagian fee untuk admin + pengaturan iklan seperti product terpopuler dan lain sebagainya.

**Hasil Pengujian**

Saat laporan kemajuan ini di susun berlangsung pengujian sistem ke penjual. Penjual dalam hal ini adalah mahasiswa dan data-data respon mahasiswa sedang di kumpulkan. Dari data yang baru masuk, respon mahasiswa dangat positif dengan adanya platform harga mahasiswa. Berikut salah satu cuplikan respon mahasiswa.



Gambar 9. Testimoni Mahasiswa

**3. KESIMPULAN**

Platform Pasar Digital Mahasiswa yang dikembangkan dapat menjadi Inkubator Digital bisnis mahasiswa. Pasar Digital ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk belajar mahasiswa dalam mengelola toko online dalam bentuk marketplace.

### DAFTAR PUSTAKA

- Zhou Hong, et al (2012). Entrepreneurship Quality of College Students Related to Entrepreneurial Education. 2012 International Conference on Future Electrical Power and Energy Systems, 1907-1933
- Cholichul Hadia, et al (2015). Entrepreneurship and Education: Creating Business Awareness for Students in East Java Indonesia. Global Conference on Contemporary Issues in Education, 459-463.
- Wicaksono Febriantoro (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia Manajerial, Vol. 3 No.5 Juni 2018, Hal – 184-207.
- Eko Kus Prasetyo, dkk (2016) Perancangan Website Public E-Marketplace Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Temanggung. Seminar Nasional Ilmu Komputer (SNIK 2016), 238-246.
- Mireille Matt et Véronique Schaeffer (2018). Building Entrepreneurial Ecosystems Conducive to Student Entrepreneurship: New Challenges for Universities. Journal of Innovation Economics & Management 2018, 9-32.
- Turban E., David K., Jae Lee & Liang TP. (2010). Electronic Commerce 2010. Pearson Education Publisher.
- Schmuller, Joseph. (1999). Teach Yourself UML in 24 Hours. Indianapolis: Sams Publishing.Press