

---

## PENGEMBANGAN BAHAN AJAR KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL MARKETING DENGAN MEDIA MARKETPLACE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

<sup>1</sup>Afief Maula Novendra, <sup>2</sup>Sri Marten Yogaswara, <sup>3</sup>Aini Kusniawati  
<sup>1,2</sup> Universitas Pasundan, <sup>3</sup>Universitas Galuh  
[1afiefmaulanovendra@unpas.ac.id](mailto:1afiefmaulanovendra@unpas.ac.id) , [2yogaswar@unpas.ac.id](mailto:2yogaswar@unpas.ac.id) ,  
[3ainikusniawati@unigal.ac.id](mailto:3ainikusniawati@unigal.ac.id)

### ABSTRACT

Development of Digital Marketing-Based Entrepreneurship Teaching Materials with Media Marketplace to Increase Student Entrepreneurial Interest. This development research aims to: (1) Develop digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media. (2) The steps for implementing digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media. This development research refers to the development design steps developed by Dick and Carey which were adapted by Gall et al. The development design is grouped into three development procedures, which include: (a) the planning stage (*planning*), (b) the design stage (*design*), and (c) the development stage (*development*). This research produces (1) Digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with the <https://kantunwantun.com/> marketplace media and is equipped with instructions that can be accessed by students, (2) Implementation steps digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media <https://kantunwantun.com>. Suggestions in this study for the development of teaching materials are carried out within the campus internal environment, in the future continue research on developing teaching materials digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media involving lecturers, teachers and practitioners by conducting focus group discussions (FGD) and Marketplace <https://kantunwantun.com/> in the future it will be more developed with attention to MSMEs and students to be able to collaborate to create new entrepreneurs.

**Keywords:** *Teaching Materials, Marketplace, Interest in Entrepreneurship.*

Pengembangan Bahan Ajar Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Dengan Media Marketplace Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. Penelitian pengembangan ini bertujuan untuk: (1) Mengembangkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*. (2) Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*. Penelitian pengembangan ini mengacu pada langkah-langkah desain pengembangan yang dikembangkan oleh Dick and Carey yang diadaptasi Gall et al. Desain pengembangan tersebut dikelompokkan atas tiga prosedur pengembangan, yang meliputi: (a) tahap perencanaan (*planning*), (b) tahap desain (*design*), dan (c) tahap pengembangan (*development*). Penelitian ini menghasilkan (1) Bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace <https://kantunwantun.com/> dan dilengkapi petunjuk yang dapat diakses oleh mahasiswa, (2) Langkah-langkah penerapan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com>. Saran dalam penelitian ini untuk Pengembangan bahan ajar dilakukan masih lingkungan internal kampus, kedepannya melanjutkan penelitian pengembangan Bahan Ajar bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* melibatkan dosen, guru dan praktisi dengan melakukan focus group discussin (FGD). Dan Marketplace <https://kantunwantun.com/> kedepannya lebih berkembang dengan perhatian kepada UMKM dan mahasiswa untuk dapat berkolaborasi menciptakan wirausaha baru.

**Kata Kunci :** *Bahan Ajar, Marketplace, Minat Berwirausaha.*

## PENDAHULUAN

Mata kuliah kewirausahaan saat ini menjadi mata kuliah wajib di semua perguruan tinggi. Hal ini merupakan tindak lanjut dari rencana pemerintah dalam rangka menggalakkan potensi kewirausahaan di masyarakat guna menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran yang selama ini masih terus menjadi kekhawatiran bagi masyarakat. Terlebih pada kondisi saat ini, dimana dunia termasuk Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan dampak pandemi dari virus covid 19. Minimnya lapangan pekerjaan dimasa pandemi Covid-19 membuat banyak orang memilih untuk menggeluti bidang ini. Selain itu dimasa pandemik Covid-19 persaingan dalam mendapatkan pekerjaan juga semakin berkurang bahkan tidak jarang yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Dilansir dari situs resmi Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat pengangguran dimasa pandemi Covid-19 juga kian meningkat seiring berjalannya waktu. Berdasarkan data yang diperoleh dari badan statistik, Tingkat Pengangguran Terbuka (TBT) pada Agustus 2020 sebesar 7,07 persen, meningkat 1,84 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2019. Terdapat 29,12 juta orang atau 14,28 persen penduduk usia kerja yang terkena dampak Covid-19, terdiri dari pengangguran karena covid-19, sebanyak 2,56 juta orang. Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena Covid-19 sebesar 1,77 juta orang, dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 sebanyak 24,03 juta orang.

Kewirausahaan selain dapat dipelajari, juga harus dapat diinternalisasi secara luas melalui proses pendidikan. Menurut Komara (2014) dalam jurnal *minda masagi* volume 4 no 2 menyatakan *Perguruan Tinggi, sebagai salah satu mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda bangsa, mempunyai kewajiban dalam mengajarkan, mendidik, melatih, dan memotivasi mahasiswanya, sehingga muncul generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif, dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan. Untuk itu sebuah keharusan bagi setiap Perguruan Tinggi dengan cara mengubah arah kebijakannya dari "Learning and Research University" (Universitas Penelitian dan Pendidikan) menjadi "Entrepreneurial University" (Universitas Wirausaha), atau menyeimbangkan kedua arah kebijakan tersebut sehingga keduanya tercapai. Dengan perubahan paradigma tersebut pada akhirnya akan melahirkan wirausaha muda yang sukses dan mampu membangkitkan bangsa ini dari berbagai keterpurukan. Peran dari perguruan tinggi begitu berarti pada peningkatan wirausaha baru.*

Data yang sebelumnya dipaparkan telah menunjukkan tingkat pengangguran di Indonesia masih sangatlah tinggi. Ini menjadi tantangan yang besar bagi pemerintah maupun masyarakat Indonesia juga mahasiswa terutama mahasiswa pendidikan ekonomi yang menjadi masa depan bangsa dikarenakan hal tersebut berdampak kepada mahasiswa dan kesenjangan sosial. Dalam hal ini, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa), Ditjen Pendidikan Tinggi tidak tinggal diam dan melaksanakan Program Kewirausahaan Kampus Merdeka tahun 2020 yang merupakan bagian dari program Kemendikbud guna memperkuat ekonomi nasional dan mendukung percepatan ekonomi digital menuju revolusi industry 4.0. program kewirausahaan 2020 ini memiliki 4 kegiatan yang unggul diantaranya Workshop Kewirausahaan, Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia (KBMI), Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI) dan Pendampingan Bisnis oleh praktisi/pengusaha dan dosen. Seluruh program Kewirausahaan Kampus Merdeka 2020 ini bertujuan guna mendorong minat berwirausaha mahasiswa dan mengembangkan usahanya sejak dini. Seluruh rangkaian kegiatan dilakukan berdasarkan aturan Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi dan Permendikbud Nomor 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan tinggi. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2011 juga mengatur tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda, serta

Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan. Melihat peraturan yang ada, sudah pasti pemerintah sangat mendukung mahasiswa untuk mulai berwirausaha sejak dini.

*Hal ini, perlu di perhatikan melalui proses perkuliahan pada matakuliah kewirausahaan.* Matakuliah kewirausahaan termasuk kelompok matakuliah keahlian khusus (KK) di semester 3 dengan bobot 2 sks. Capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan yaitu setelah mengikuti mata kuliah ini di harapkan mahasiswa memahami arti dari sebuah Kewirausahaan dan bisa mengaflikasikan faktor-faktor dan tujuan dari Kewirausahaan serta mampu menjelaskan mengenai langkah-langkah pengoptimalan mengenai Kewirausahaan dalam mencapai tujuan. Melihat dari capaian pembelajaran tersebut, perlu mengacu penyesuaiannya terhadap kurikulum Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), *Outcome-Based Education* (OBE) dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang sedang dalam proses untuk mempersiapkannya, terlebih aktivitas mahasiswa yang sudah lebih cepat dalam penerapan kewirausahaan, diantaranya yaitu menjadi *reseller* atau *vendor* di *platform* digital marketing baik di *online shop* ataupun di *marketplace*, dan dengan sejalanannya arus informasi digital yang berkembang cepat serta layanan fasilitas digital marketing yang lebih mudah di akses, minat mahasiswa pada usaha *platform* digital marketing semakin meningkat. Untuk memfasilitasi mahasiswa dalam minat berwirausaha yaitu melalui proses pembelajaran dengan mengembangkan bahan ajar matakuliah kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan urgensi tersebut, perlu dilakukannya penyesuaian proses pembelajaran pada matakuliah kewirausahaan yaitu dengan pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Tujuan penelitian untuk mengembangkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*, untuk megatahui Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*.

## LANDASAN TEORI

### Kewirausahaan

Casson (2012:3) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan konsep dasar yang menghubungkan berbagai bidang disiplin ilmu yang berbeda antara lain ekonomi, sosiologi, dan sejarah. Kewirausahaan bukan hanya bidang interdisiplin yang biasa dilihat, tetapi memiliki pokok-pokok yang menghubungkan kerangka-kerangka konseptual utama dari berbagai disiplin ilmu. Tepatnya, ia dapat dianggap sebagai kunci dari blok bangunan ilmu sosial yang terintegrasi. Sedangkan Menurut Suryana (2013:10) kewirausahaan tidak selalu identik dengan perilaku dan watak perusahaan saja karena sifat ini dimiliki juga oleh mereka yang bukan pengusaha, seperti petani, pegawai, pemerintah, mahasiswa, guru, arsitektur, seniman, artisan pemimpin proyek, peneliti, dan pekerjaan lainnya yang dilakukan secara kreatif dan inovatif. Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, dan pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. Sejalan dengan Zimmer (dalam Suryana 2013:11) mengemukakan "*Entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday*". Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Zimmer (dalam Suryana 2013:11) menjelaskan kreativitas (*creativity*), diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang (*creativity is the ability to develop new ideas and discover new ways of looking at the problems and opportunities*). Sementara itu, inovasi (*innovation*) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (*innovation is the*

*ability to apply creativity solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich peoples live).*

### **Digital Marketing Marketplace**

Menurut Oktaviani (2018) dalam jurnal Profesi Humas volume 3 no 1 Digital marketing sebagai media promosi bertujuan untuk menyampaikan atau menyebarluaskan atau memasarkan tentang suatu produk sehingga dapat memengaruhi konsumen untuk membelinya. Kegiatan promosi dapat dilakukan lewat beriklan di media massa, face to face, promosi, door to door dan sebagainya. Sumber: <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878/8587>

Ayodya (2020:46) menjelaskan beberapa tindakan yang harus segera anda mulai agar bisnis mulai menggunakan teknologi digital dalam operasionalnya:

1. Membuat Blog-Toko Online-Website  
Jika selama ini bisnis berjalan secara konvensional dengan membuka gerai atau kantor, maka ke depannya UMKM sudah mulai harus memiliki tempat penjualan di dunia maya.
2. Mulai Aktif Menggunakan Sosial Media  
Sosial media seperti Twitter, Facebook dan Instagram saat ini marak digunakan untuk akun bisnis. Tidak ada salahnya anda memulai membuat akun khusus bagi produk atau jasa yang anda jual.
3. Mengenal Marketplace  
Marketplace adalah situs jual beli online. Contohnya adalah seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan sebagainya. Disarankan bagi UMKM untuk menjual produk-produk anda di marketplace.
4. Marketplace  
Saat ini kalangan yang mulai menyukai belanja dengan cara online. Keuntungan berbelanja online salah satunya adalah bisa dilakukan di mana pun dan dapat membandingkan harga dengan mudah. Belanja secara online bisa dilakukan di berbagai media online, salah satunya adalah dengan menggunakan marketplace.

Ayodya (2020:172) mendefinisikan *marketplace* secara bahasa sebagai “pasar” di internet. Sebagaimana pasar pada umumnya, pasar yang satu ini juga merupakan tempat jual beli barang. Dengan adanya pasar global yang tak terbatas, hal tersebut mendorong para pelakubisnis untuk melakukan inovasi untuk memanfaatkan media online sebagai lahan bisnis. Apalagi ditambah dengan semakin meningkatnya pengguna internet dari hari ke hari, maka tak ada salahnya untuk mencoba berjualan secara online via marketplace.

Menjual produk atau usaha di *marketplace* maka bisa sekaligus menggunakannya menjadi media promosi. Fitur-fitur dalam *marketplace* ini yang dapat digunakan untuk promosi, dan memberikan banyak kemudahan bagi para konsumen di dunia *online shop*. Banyaknya *marketplace* yang muncul di dunia internet benar-benar memanjakan para konsumen. Melihat-lihat produk yang ditawarkan di *marketplace* secara bebas akan memberikan rasa nyaman bagi pembeli dan media internet yang bebas akses memberikan waktu 24 jam bagi para pengunjung, sehingga konsumen bisa datang kapan pun tanpa adanya jam buka tutup. Sedangkan dari segi produsen atau penjual, mendapat tawaran sebuah fasilitas yang berupa tempat untuk mempromosikan usaha sekaligus menjual produk atau jasanya. Tempat sekaligus menjual produk atau jasanya. Tempat tersebut memang difungsikan untuk tempat berkumpulnya para penjual yang sama-sama menawarkan produk baik berupa barang atau jasa. Hal ini tentu sangat membantu untuk memasarkan barang melalui internet tanpa harus membuat website.

### **Minat Berwirausaha**

Menurut Mustofa (2014, hlm. 11) bahwasanya minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui, dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Sejalan dengan Slameto (2010: 180) dalam buku belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya

menyatakan bahwa: "Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh". Minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri dapat berupa seseorang, suatu obyek, suatu situasi, suatu aktivitas dan lain sebagainya. Minat tersebut dapat meningkatkan menjadi besar apabila hubungan tersebut semakin kuat dan dekat. Menurut Ambarwati (2015) dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2, No 4 minat adalah kondisi psikologis yang menimbulkan keinginan kuat terhadap sesuatu dan merupakan modal besar untuk mencapai tujuan. Sumber:

<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1311058>

Minat berwirausaha yang dimaksud adalah minat mahasiswa terhadap berwirausaha yang ditandai oleh perhatian mahasiswa pada matakuliah kewirausahaan, kesukaan mahasiswa terhadap wirausaha, keinginan mahasiswa untuk tahu lebih banyak mengenai wirausaha, tugas-tugas yang diselesaikan oleh mahasiswa, motivasi mahasiswa mempelajari konsep dasar wirausaha dan, kebutuhan mahasiswa terhadap wirausaha dan ketekunan mahasiswa dalam berwirausaha. Berdasarkan uraian diatas, maka minat berwirausaha adalah perasaan senang terhadap wirausaha dimana seorang mahasiswa menaruh perhatian yang besar terhadap berwirausaha.

## METODOLOGI

Berdasarkan karakteristik permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini akan dilaksanakan dengan rancangan penelitian dan pengembangan pendidikan (*Educational Research and Development/ R&D*). Langkah-langkah penelitian dirancang menggunakan model penelitian dan pengembangan Dick and Carey yang diadaptasi Gall et al. (2008) dalam Putra (2015:120-121). Penelitian ini dirancang untuk dilaksanakan dalam empat tahap besar, yaitu tahap studi pendahuluan, perencanaan, pengembangan dan uji coba, diseminasi (publikasi). Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unpas.

Berdasarkan skema langkah-langkah penelitian dan bagan alir penelitian di atas untuk mencapai target yang diinginkan maka pada setiap tahapan kegiatan dalam penelitian ini diperlukan instrumen-instrumen yang disusun sesuai kebutuhan. Instrumen-instrumen tersebut berupa:

1. Format wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengarah kepada analisis kebutuhan mahasiswa dan dosen dalam pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*
2. Format kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengarah kepada identifikasi bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*
3. Format rancangan perangkat pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi mahasiswa dan dosen dan tujuan penelitian, termasuk rancangan pedoman bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*.
4. Format rancangan instrumen evaluasi formatif untuk dipergunakan pada setiap langkah penelitian, sehingga perbaikan dapat dilakukan secara berkesinambungan.
5. Format Instrumen FGD pengembangan bahan ajar untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa
6. Format validasi instrumen dan perangkat-perangkat *workshop* melalui penilaian pakar (*expert judgement*) dan FGD.
7. Rubrik instrumen keberhasilan implementasi *workshop* bahan ajar yang dikembangkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Mengembangkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*

Penelitian ini menghasilkan produk bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* berupa web based yang bisa diakses di

<https://kantunwantun.com/>. Bahan ajar dikemas dengan membuat pedoman atau langkah-langkah untuk mengakses di <https://kantunwantun.com/> baik sebagai user admin, vendor ataupun sebagai konsumen. Bahan ajar disusun berdasarkan hasil pengamatan perkuliahan pada mata kuliah kewirausahaan dimana mahasiswa pada umumnya melakukan perdagangan yang sebagian besar didominasi sebagai reseller, dan belum melakukan pemasaran secara digital, adapun yang sudah melakukan pemasaran digital yang dilakukan di marketplace seperti shopee, tokopedia dan lainnya sangat sulit dalam persaingan terlebih produk impor dan produsen masuk melakukan pemasaran di marketplace. Berdasarkan permasalahan tersebut, terinisiasi platform digital marketplace <https://kantunwantun.com/> dimana tempat menjajakan produk mahasiswa yang selanjutnya menawarkan produk mahasiswa pada lingkungan kampus. <https://kantunwantun.com/> dibuat berdasarkan hasil pengamatan pada proses perkuliahan yang dirasa perlu ada penyesuaian terhadap pengembangan bahan ajar yang sebelumnya cenderung bersifat konvensional dan berpusat pada dosen.

Hal ini, perlu di perhatikan melalui proses perkuliahan pada matakuliah kewirausahaan. Matakuliah kewirausahaan termasuk kelompok matakuliah keahlian khusus (KK) di semester 3 dengan bobot 2 sks. Capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan yaitu setelah mengikuti mata kuliah ini di harapkan mahasiswa memahami arti dari sebuah Kewirausahaan dan bisa mengaflikasikan faktor-faktor dan tujuan dari Kewirausahaan serta mampu menjelaskan mengenai langkah-langkah pengoptimalan mengenai Kewirausahaan dalam mencapai tujuan. Melihat dari capaian pembelajaran tersebut, perlu mengacu penyesuaiannya terhadap kurikulum Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), *Outcome-Based Education* (OBE) dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang sedang dalam proses untuk mempersiapkannya, terlebih aktivitas mahasiswa yang sudah lebih cepat dalam penerapan kewirausahaan, diantaranya yaitu menjadi *reseller* atau vendor di *platform* digital marketing baik di *online shop* ataupun di *marketplace*, dan dengan sejalannya arus informasi digital yang berkembang cepat serta layanan fasilitas digital marketing yang lebih mudah di akses, minat mahasiswa pada usaha *platform* digital marketing semakin meningkat. Untuk memfasilitasi mahasiswa dalam minat berwirausaha yaitu melalui proses pembelajaran dengan mengembangkan bahan ajar matakuliah kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan urgensi tersebut, perlu dilakukannya penyesuaian proses pembelajaran pada matakuliah kewirausahaan yaitu dengan pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Pengembangan produk bahan ajar interaktif dihasilkan melalui beberapa tahapan yang didasarkan pada model pengembangan Alessi & Trollip (2001: 410) diantaranya tahap perencanaan (*planning*), tahap perencanaan (*design*), dan tahap pengembangan (*development*). Masing-masing tahapan penelitian dan pengembangan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

- a. Define the Scope

Konsep dasar koperasi yaitu sebagai wadah untuk mengatasi masalah ekonomi dengan melakukan kegiatan ekonomi secara bersama dan sesuai dengan prinsip koperasi. Lingkup materi ajar koperasi pada Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu konsep dasar perkoperasian dan pengelolaan koperasi, dengan kegiatan pembelajaran dari membuat pola hubungan dan menyimpulkan perkoperasian sampai dengan menyimulasikan pengelolaan koperasi di sekolah. Hal ini juga tidak terlepas dari materi mengenai prosedur pendirian koperasi di sekolah. Adapun di perguruan tinggi setingkat strata satu (S1) materi ajar mengkaji konsep dasar sampai dengan *problem solving* perkoperasian Indonesia. Jika diperhatikan kajian materi di S1 belum menunjukkan capaian

pembelajaran yang berdampak pada kebermanfaat materi pada minat berkoperasi. Terlebih di tingkat S1, dimana kajian materi harus berorientasikan pada *softskill* dan *ability*. Minat untuk berkoperasi terlebih mendirikan koperasi sudah menjadi pilihan di saat ini, yang perlu dilakukan oleh mahasiswa sebagai generasi milenial yang setidaknya senada dengan prinsip koperasi yaitu terbuka, demokratis, dan adil dimana tiga prinsip ini sejalan dengan karakter dari kaum milenial. Koperasi merupakan lembaga keuangan yang mampu menyentuh seluruh lini kegiatan ekonomi, dengan berkoperasi semua gagasan kreatif dan inovatif akan terealisasi melalui prinsip bersama mendirikan, bersama mengelola, dan bersama mengembangkan. Berdasarkan hasil diskusi bersama mahasiswa terkait ruang lingkup materi koperasi pada saat di SMA dimana materi tentang mengelola koperasi masih bersifat manual, sedangkan kebutuhan saat serba digital. Berdasarkan paparan di atas, ruang lingkup penelitian ini pada capaian pembelajaran matakuliah mahasiswa memahami konsep ekonomi koperasi, mendirikan koperasi dan mengelola koperasi. Dalam penelitian ini berfokus pada pengembangan bahan ajar Sub-CPMK 4.1 yaitu mahasiswa mampu mengelola koperasi simpan pinjam dengan berbantuan medai digital.

b. *Identify Learner Characteristic*

Pengembangan bahan ajar koperasi dilakukan melalui proses wawancara dan penyebaran angket terkait dengan identifikasi karakteristik mahasiswa yang bertujuan produk pengembangan bahan ajar tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2021 Tentang Standar Nasional Pendidikan Pasal 6 ayat 4 yaitu Standar kompetensi lulusan pada Satuan Pendidikan Jenjang Pendidikan tinggi difokuskan pada persiapan Peserta Didik menjadi anggota masyarakat yang berakhlak mulia, memiliki pengetahuan, keterampilan, kemandirian, dan sikap untuk menemukan, mengembangkan, serta menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, yang bermanfaat bagi kemanusiaan. Proses pembelajaran pada tingkat mahasiswa berorientasikan pada *outcome* yang bermanfaat pada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa dimana proses pembelajaran yang sering disampaikan dengan ceramah sering tidak optimal dan memberikan suasana menjadi mengantuk terkadang lupa apa yang telah disampaikan. Mahasiswa berharap dalam proses pembelajaran adanya aktivitas yang menumbuhkan keterampilan yang berbantuan teknologi. Hal ini juga dari kebiasaan mahasiswa yang mengakses berbagai kebutuhan sudah menggunakan teknologi. Untuk itu, perlu dikembangkan bahan ajar koperasi digital untuk menunjang proses pembelajara yang dibutuhkan mahasiswa untuk masa depan.

c. *Produce a Planning Document*

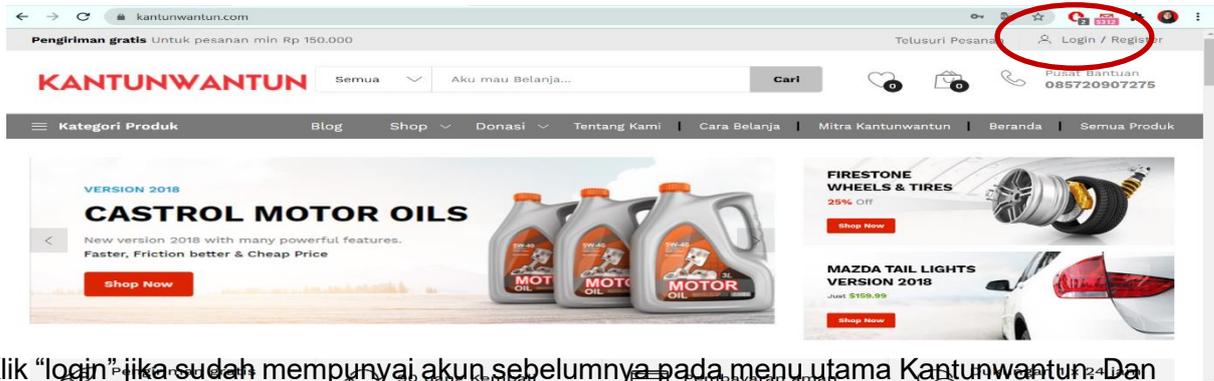
Dokumen yang dihasilkan dalam pengembangan bahan ajar koperasi yaitu produk koperasi digital web based, dokumen panduan pengelolaan koperasi digital, dokumen RPS, dokumen bahan ajar.

**2. Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/>**

Untuk mengakses platform digital marketing <https://kantunwantun.com/> telah di jelaskan pada langkah – langkah membuat akun kantunwantun dan langkah – langkah membuat toko di kantunwantun. Penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/>. **Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/> sebagai berikut:**

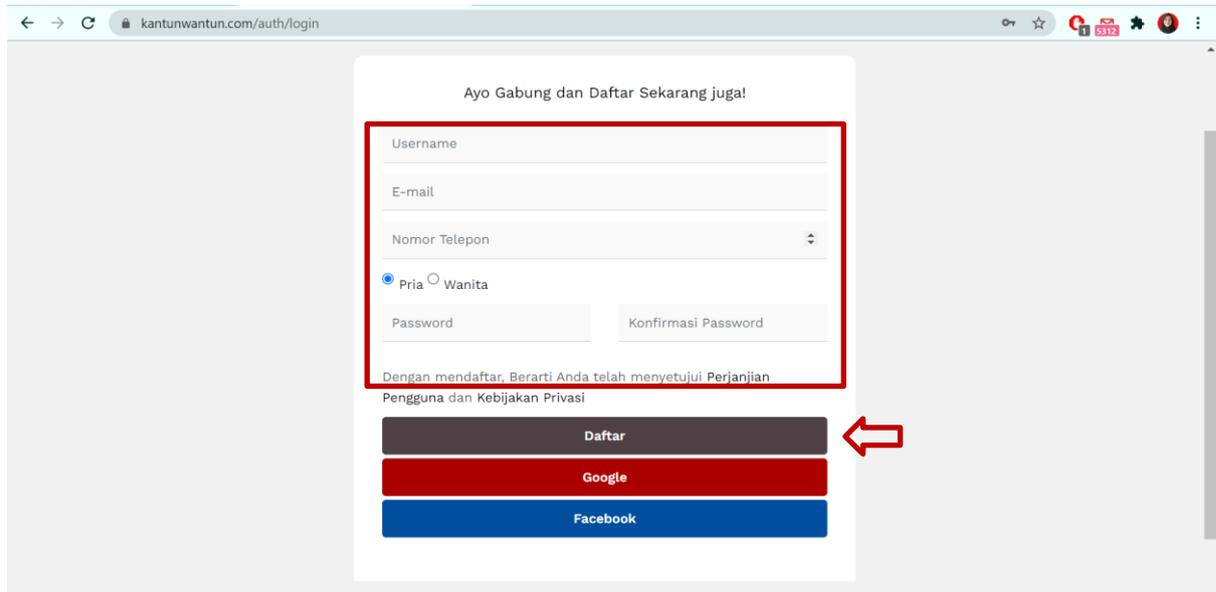
**1) Langkah – Langkah Membuat Akun KantunWantun**

Langkah pertama adalah akses Kantunwantun melalui web dengan laman [kantunwantun.com](https://kantunwantun.com)

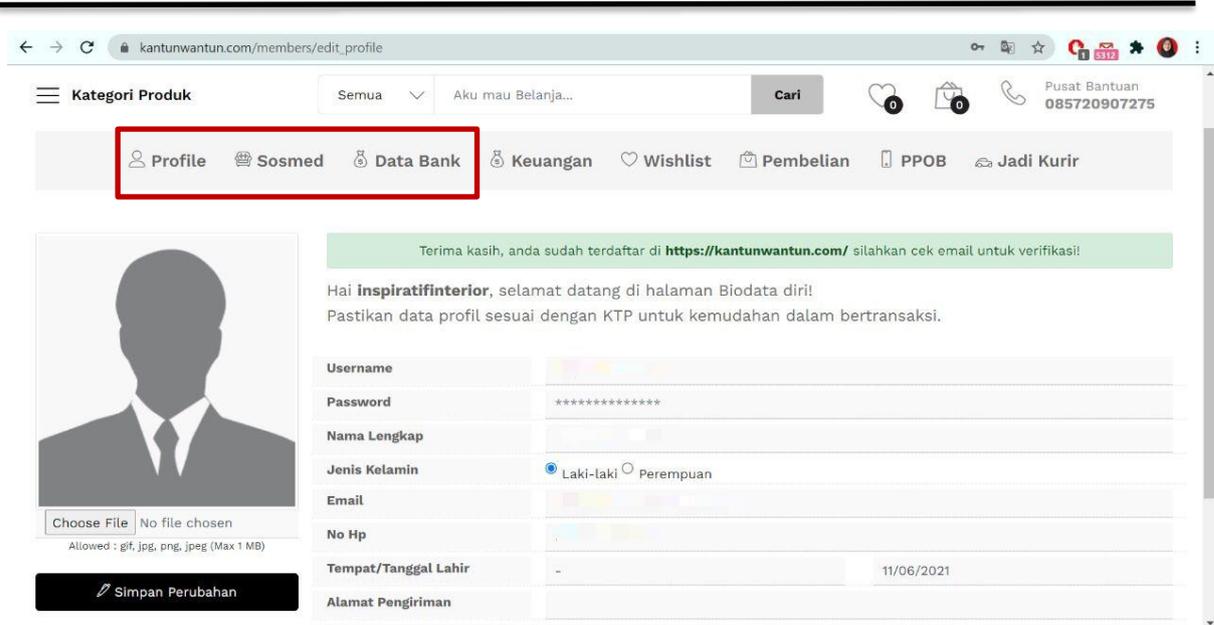


Klik “login” jika sudah mempunyai akun sebelumnya pada menu utama Kantunwantun. Dan klik “register” jika belum mempunyai akun Kantunwantun.

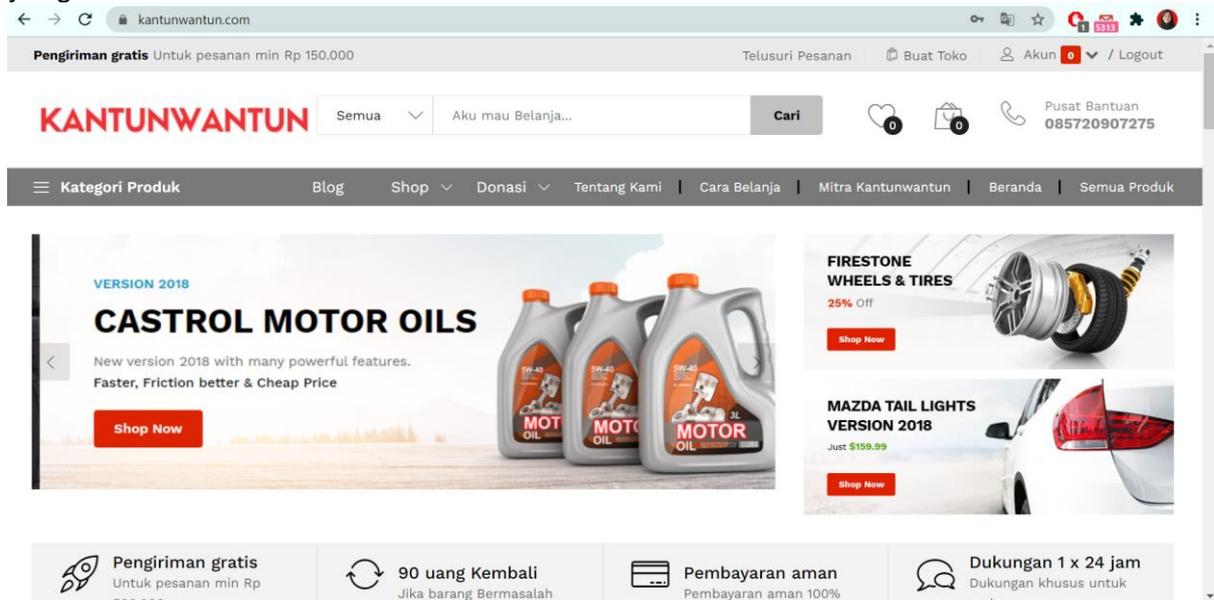
Masukkan “username, email, nomor telepon, jenis kelamin, dan password”. Setelah itu klik “daftar”



Setelah profil (akun) berhasil di daftarkan maka akan muncul tampilan seperti yang ada di bawah ini. Kemudian langkah selanjutnya adalah melengkapi data diri seperti “profile, sosmed, dan data bank”

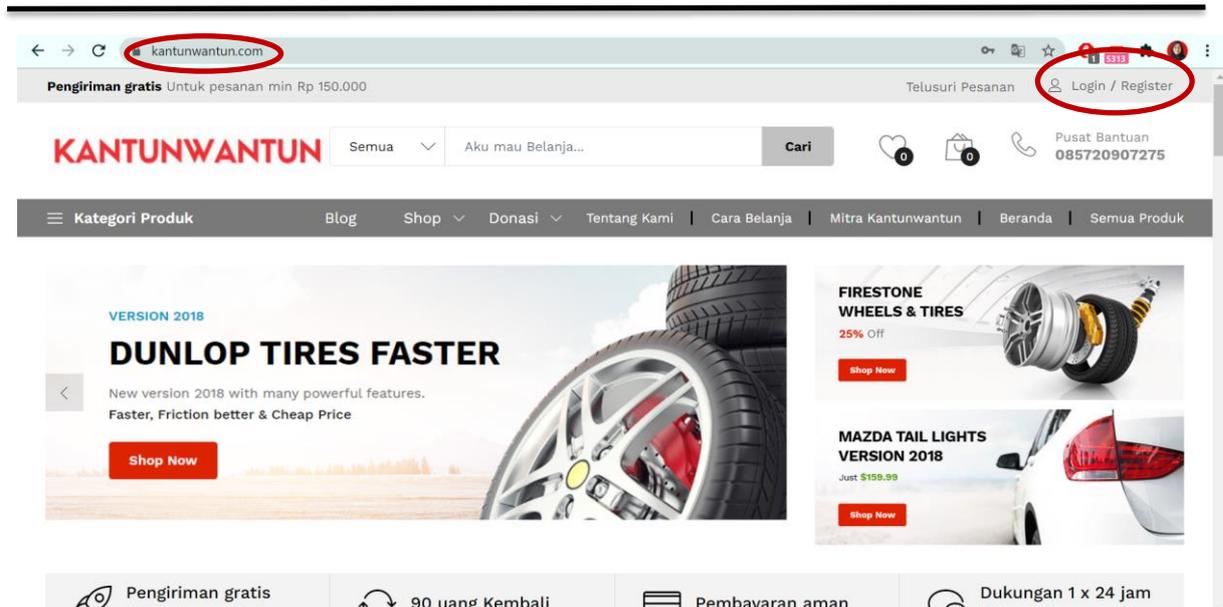


Setelah semua data profile sudah dilengkapi, sekarang anda bisa langsung menikmati fitur yang ada di Kantunwantun dan mulai bertransaksi



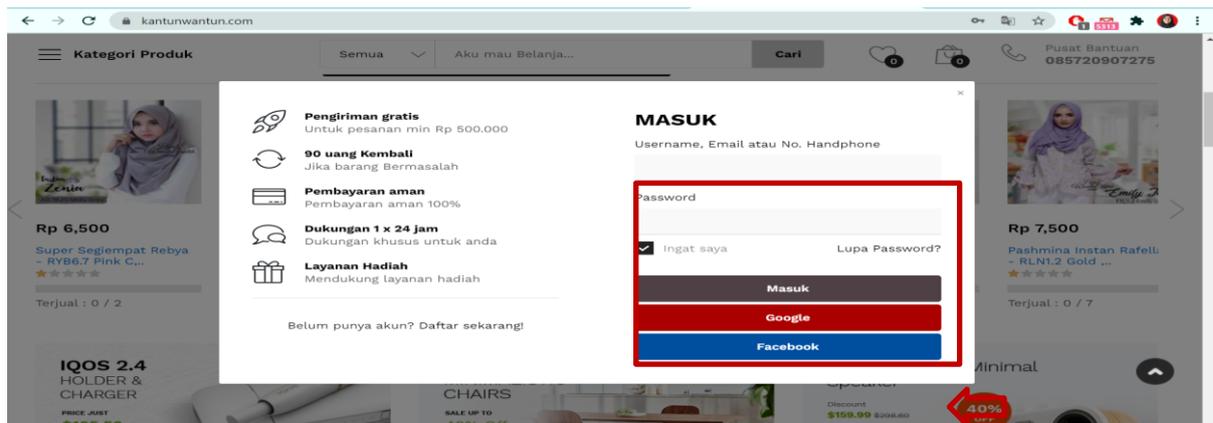
## 2) Langkah – Langkah Membuat Toko di Kantunwantun

Buka web Kantunwantun di handpone maupun di laptop dengan mengunjungi laman [kantunwantun.com](http://kantunwantun.com)



Klik “login” pada halaman utama Kantunwantun

Masukkan “username dan password” sesuai dengan yang sebelumnya sudah di daftarkan. Setelah itu klik “masuk”



Pada menu utama Kantunwantun klik “buat toko” sebagai langkah awal dalam proses pembuatan toko

The image shows two screenshots of the Kantunwantun website. The top screenshot is the homepage, featuring a navigation bar with 'Kategori Produk', 'Blog', 'Shop', 'Donasi', 'Tentang Kami', 'Cara Belanja', 'Mitra Kantunwantun', 'Beranda', and 'Semua Produk'. Below the navigation are several promotional banners: 'CASTROL MOTOR OILS VERSION 2018', 'FIRESTONE WHEELS & TIRES 25% Off', and 'MAZDA TAIL LIGHTS VERSION 2018'. A service bar at the bottom highlights 'Pengiriman gratis', '90 uang Kembali', 'Pembayaran aman', and 'Dukungan 1 x 24 jam'. The bottom screenshot shows the 'Buat Toko' (Create Store) page. It includes a header with the same navigation and a 'Hai inspiratifinterior, selamat datang di halaman Informasi Toko anda!' message. The main content is a form with the following fields: 'Nama Toko', 'Daerah Pengiriman' (with dropdowns for Province, City, and District), 'Alamat Lengkap', 'Kontak Toko', 'Kurir' (with a 'None selected' dropdown), and 'Keterangan'. There is also a file upload section for a shop image and a 'Simpan dan Buat Toko!' button.

Langkah selanjutnya melengkapi data toko seperti “nama toko, daerah pengiriman, alamat lengkap, kontak toko, dan kolom keterangan”. Setelah data toko semuanya lengkap diisi selanjutnya adalah klik “simpan dan buat toko”

Kategori Produk

Semua Aku mau Belanja... Cari

Pusat Bantuan 085720907275

Hai **inspiratifinterior**, selamat datang di halaman Informasi Toko anda!  
Pastikan data toko anda sudah benar dan lengkap untuk kemudahan dalam bertransaksi.

**Nama Toko**

**Daerah Pengiriman** - Pilih Provinsi - - Pilih Kota / Kabupaten - - Pilih Kecamatan -

**Alamat Lengkap**

**Kontak Toko**

**Kurir** None selected

**Keterangan**

Choose File No file chosen  
Allowed : gif, jpg, png, jpeg (Max 1 MB)

Simpan dan Buat Toko!

Dan ini adalah contoh toko yang berhasil dibuat seperti yang ada pada gambar dibawah ini

Kategori Produk

Semua Aku mau Belanja... Cari

Pusat Bantuan 085720907275

Hai **inspiratifinterior**, selamat datang di halaman Informasi Toko anda!  
Pastikan data toko anda sudah benar dan lengkap untuk kemudahan dalam bertransaksi.

URL Lapak	<a href="https://kantunwantun.com/u/inspiratif-interior">https://kantunwantun.com/u/inspiratif-interior</a>
Nama Reseller	Inspiratif Interior
Nama Daerah	Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat
Alamat Lengkap	Jalan Babakan Betawi No. 189 RT 04 / RW 08 Pasirwangi Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung
Kontak Toko	0895707059393
Kurir	Semua Kurir
Keterangan	Inspiratifinterior merupakan perusahaan yang bergerak dibidang interior, exterior, service. Yang meliputi desain kamar tidur modern, ruang tamu, lobby perkantoran, kitchen set, furniture, dan lain-lain. Bersama kami, wujudkan ruangan modern impian anda
Status Toko	Reseller / Toko Free

Edit Informasi Toko

Kunjungi Toko

Langkah selanjutnya untuk memasukan produk adalah klik menu toko > daftar produk

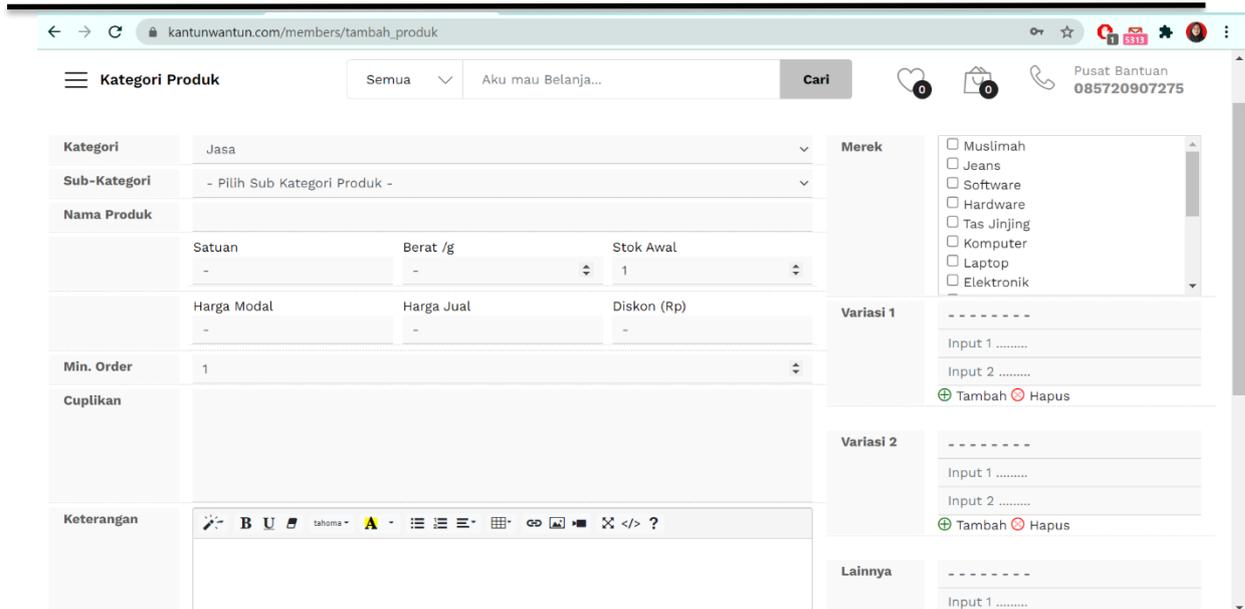
The screenshot shows the KANTUNWANTUN website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'KANTUNWANTUN' and a search bar. A dropdown menu is open, showing options like 'Pengaturan', 'Daftar Produk', 'Alamat Transaksi COD', 'Orders Pusat (Reseller)', 'Komplain (Terlapor)', 'Orders Masuk', and 'Upgrade Toko'. A red arrow points to the 'Daftar Produk' option. Below the navigation bar, there is a section for 'Identitas Toko / Reseller' with a logo for 'inspiratifinterior.com' and a table of store information.

URL Lapak	https://kantunwantun.com/u/inspiratif-interior
Nama Reseller	Inspiratif Interior
Nama Daerah	Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat
Alamat Lengkap	Jalan Babakan Betawi No. 189 RT 04 / RW 08 Pasirwangi Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung
Kontak Toko	0895707059393
Kurir	Semua Kurir
Keterangan	Inspiratifinterior merupakan perusahaan yang bergerak dibidang interior, exterior, service. Yang meliputi desain kamar tidur modern, ruang tamu, lobby perkantoran, kitchen set, furniture, dan

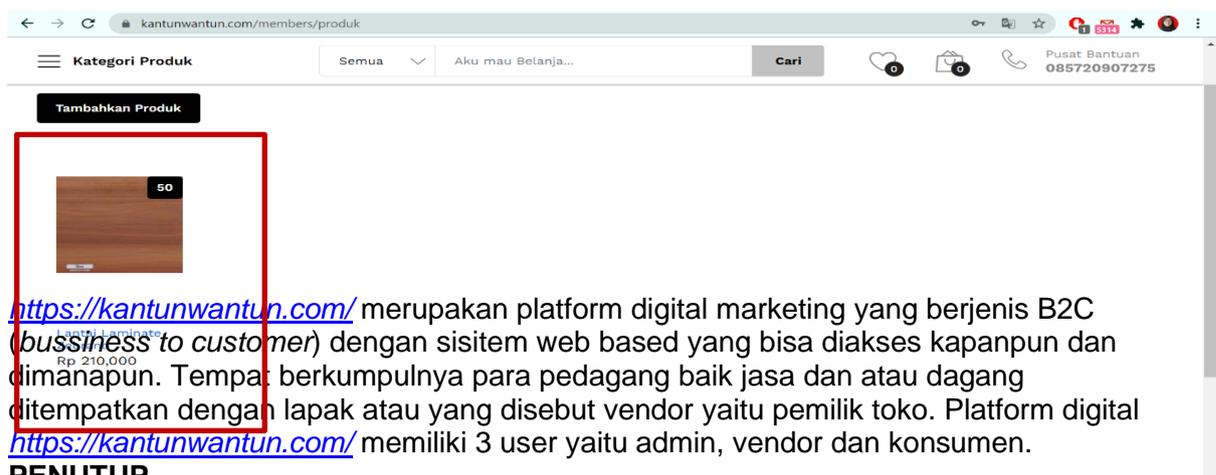
### Klik "tambahkan produk"

The screenshot shows the 'members/produk' page on the KANTUNWANTUN website. The page has a header with the logo and navigation links. A black button labeled 'Tambahkan Produk' is highlighted with a red arrow. Below the button, there is a message: 'Maaf, anda belum memiliki produk untuk dijual,... Klik Disini Untuk mulai Posting Produk!'.

Selanjutnya muncul halaman untuk mengisi produk. Isi kelengkapan data produk tersebut hingga lengkap sesuai dengan produk yang akan di upload



Berikut adalah tampilan untuk produk yang berhasil di upload



## PENUTUP

Matakuliah kewirausahaan termasuk kelompok matakuliah keahlian khusus (KK) di semester 3 dengan bobot 2 sks. Capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan yaitu setelah mengikuti mata kuliah ini di harapkan mahasiswa memahami arti dari sebuah Kewirausahaan dan bisa mengaflikasikan faktor-faktor dan tujuan dari Kewirausahaan serta mampu menjelaskan mengenai langkah-langkah pengoptimalan mengenai Kewirausahaan dalam mencapai tujuan. Melihat dari capaian pembelajaran tersebut, perlu mengacu penyesuaiannya terhadap kurikulum Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), *Outcome-Based Education* (OBE) dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang sedang dalam proses untuk mempersiapkannya, terlebih aktivitas mahasiswa yang sudah lebih cepat dalam penerapan kewirausahaan, diantaranya yaitu menjadi *reseller* atau vendor di *platform* digital marketing baik di *online shop* ataupun di *marketplace*, dan dengan sejalanannya arus informasi digital yang berkembang cepat serta layanan fasilitas digital marketing yang lebih mudah di akses, minat mahasiswa pada usaha *platform* digital marketing semakin meningkat. Untuk memfasilitasi mahasiswa dalam minat berwirausaha yaitu melalui proses pembelajaran dengan mengembangkan bahan ajar matakuliah kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media <https://kantunwantun.com/> merupakan platform digital marketing yang berjenis B2C (*bussiness to customer*) dengan

sisitem web based yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Tempat berkumpulnya para pedagang baik jasa dan atau dagang ditempatkan dengan lapak atau yang disebut vendor yaitu pemilik toko. Platform digital <https://kantunwantun.com/> memiliki 3 user yaitu admin, vendor dan konsumen. Untuk mengakses platform digital marketing <https://kantunwantun.com/> telah di jelaskan pada langkah – langkah membuat akun kantunwantun dan langkah – langkah membuat toko di kantunwantun. Penerapkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/>. Saran dala penelitian yaitu pengembangan bahan ajar dilakukan masih lingkungan internal kampus, kedepannya melanjutkan penelitian pengembangan Bahan Ajar bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* melibatkan dosen, guru dan praktisi dengan melakukan focus group discussin (FGD). Langkah penerapkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/> Marketplace <https://kantunwantun.com/> kedepannya lebih berkembang dengan perhatian kepada UMKM dan mahasiswa untuk dapat berkolaborasi menciptakan wirausaha baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ayodya,W. (2020). UMKM 4.0 strategi UMKM Memasuki Era Digital. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Casson,M. (2012). entrepreneurship (teori, jejarig, sejarah). Rajawali Pers : Jakarta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Cet-5. Bandung: CV Alfabeta.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anderson, L. W. & Krathwohl, D.R., et al. (2001). A taxonomy for learning, teaching, and assessing: A revision of bloom’s taxonomy of educational objectives. Boston, MA (Pearson Education Group): Allyn & Bacon
- Ambarwati. (2015). Pengaruh Pelayanan Koperasi Terhadap Minat Pembelian Anggota Kp- Ri “Mentas” Kecamatan Purworejo. Sumber: <https://Garuda.Ristekbrin.Go.Id/Documents/Detail/1311058> (Diakses tanggal 16 Mei 2021)
- Mustofa, Muchammad Arif. (2014, hlm. 11). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI Teknik Audio Video SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. <https://eprints.uny.ac.id/16081/> (Diakses tanggal 19 Maret 2020)
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Tingkat Pengangguran Terbuka (TBT). Diunduh di [https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html#:~:text=Tingkat%20pengangguran%20terbuka%20\(TPT\)%20Agustus,juta%20orang%20dari%20Agustus%202019](https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html#:~:text=Tingkat%20pengangguran%20terbuka%20(TPT)%20Agustus,juta%20orang%20dari%20Agustus%202019). (Diakses tanggal 19 Maret 2020)
- Oktaviani (2018) Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. jurnal Profesi Humas volume 3 no 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878/8587> (Diakses tanggal 16 Mei 2021)