

**PENGEMBANGAN STUDENT MARKETPLACE BAGI MAHASISWA
WIRUSAHA UNP**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan Program Studi

S-1 Pendidikan Teknik Informatika

Universitas Negeri Padang



Oleh :

ANDHIKA HERAYONO

17076052/2017

**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA
DEPARTEMEN TEKNIK ELEKTRONIKA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN STUDENT MARKETPLACE BAGI MAHASISWA
WIRASAHIA UNP**

Nama : Andhika Herayono
NIM / TM : 17076052 / 2017
Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika
Jurusan : Teknik Elektronika
Fakultas : Teknik

Padang,

Juni 2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Muhammad Adri, S.Pd., MT

NIP. 197505142000031001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Elektronika

FT-UNP



Thamrin, S.Pd., M.T




NIP. 19770101 200812 1 001

Program Studi Pendidikan Teknik Informatika
Jurusan Teknik Elektronika - Fakultas Teknik
Universitas Negeri Padang

Judul : PENGEMBANGAN STUDENT MARKETPLACE BAGI
MAHASISWA WIRALISASIA UNP
Nama : Andhika Herayono
NIM/ TM : 17076052 2017
Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika
Jurusan : Teknik Elektronika
Fakultas : Teknik

Padang, Juni 2024

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Dony Novalindry, M.Kom	1. 
2. Anggota : Dr. Muhammad Adri, S.Pd, MT	2. 
3. Anggota : Drs. Legiman Slamet, MT	3. 

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan tugas akhir saya yang berjudul "**PENGEMBANGAN STUDENT MARKETPLACE BAGI MAHASISWA WIRAUSAHA UNP**" ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang Pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya tulis ilmiah yang lazim.

Padang, Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Andhika Heravono
NIM. 17076052/2017

KATA PENGANTAR



Puji Syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“PENGEMBANGAN STUDENT MARKETPLACE BAGI MAHASISWA WIRAUSAHA UNP”**.

Pembuatan dan penulisan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer, jurusan Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang. Dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya untuk pihak yang telah mendukung penulis. Terkhusus lagi penulis ucapkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT.
2. Bapak Dr. Fahmi Rizal, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Dr. Muhammad Anwar, M.T, selaku Wakil Dekan II Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Thamrin, S.Pd., M.M, Ketua Jurusan Teknik Elektronika Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang yang membantu penulis dalam pengesahan halaman persetujuan tugas akhir.
5. Bapak Khairi Budayawan, S.Pd., M.Kom selaku Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer
6. Admin, Teknisi dan Pegawai Jurusan Teknik Elektronika Universitas Negeri Padang.
7. Teruntuk Kedua Orang Tua penulis yang tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk kesuksesan penulis sampai saat sekarang.

8. Seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan do'a dan support kepada penulis.
9. Keluarga besar Teknik Elektronika yang pertama kali merangkul penulis saat menyandang status mahasiswa yang selalu siap mewadahi penulis dari awal kuliah sampai akhir masa kuliah penulis. Yang tiada henti mengingatkan, memberikan saran dan teguran.
10. Teman-teman dan kakak-kakak senior seperjuangan program studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer yang telah membantu dalam pembuatan tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang banyak membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari sistematika penulisan maupun dari pemilihan kata yang digunakan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian penulis yang lain di masa yang akan datang.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan	16
F. Manfaat	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. MARKETPLACE	Error! Bookmark not defined.
B. Aplikasi Berbasis Flutter	34
C. Arsitektur Aplikasi	30
D. Basis Data	30
E. Pemodelan Sistem <i>Unified Modeling System</i> (UML)	31
F. Perangkat Pengembang	32
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	35
A. Analisis Sistem	35
B. Perancangan Sistem	39
C. Perancangan <i>Interface</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Jumlah Mahasiswa yang berwirausaha di UNP.....	9
Gambar 2. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	10
Gambar 3. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	11
Gambar 4. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	12
Gambar 5. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	13
Gambar 6. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	14
Gambar 7. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	15
Gambar 8. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	16
Gambar 9. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	17
Gambar 10. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	18
Gambar 11. Daftar mahasiswa yang mengikuti PMW 2019 berdasarkan SK Penetapan.....	19
Gambar 12. Analisis proses.....	43
Gambar 13. Analisis sistem yang diusulkan.....	44
Gambar 14. Analisis masalah dan solusi.....	44
Gambar 15. Analisis pelaku.....	45

Gambar 16. use case diagram.....	46
Gambar 17. Use Case Diagram.....	47
Gambar 18. class diagram.....	48
Gambar 19. activity diagram pembeli.....	49
Gambar 20. activity diagram penjual.....	50
Gambar 21. Sequence diagram.....	51
Gambar 22. Halaman awal.....	52
Gambar 23. Halaman awal.....	53
Gambar 24. Halaman login pembeli.....	53
Gambar 25. Halaman login pembeli.....	53
Gambar 26. Halaman login penjual.....	54
Gambar 27. Halaman login penjual.....	55
Gambar 28. Halaman daftar pembeli/penjual.....	55
Gambar 29. Halaman daftar pembeli/penjual.....	56
Gambar 30. Halaman pemesanan.....	56
Gambar 31. Halaman pemesanan.....	57
Gambar 32. Halaman konfirmasi pemesanan.....	57
Gambar 33. Halaman konfirmasi pemesanan.....	58
Gambar 34. Halaman konfirmasi pembayaran dari pembeli.....	58
Gambar 35. Halaman konfirmasi satatus dan pengiriman dari penjual.....	59
Gambar 36. Halaman konfirmasi satatus dan pengiriman dari penjual.....	59
Gambar 37. Halaman login.....	60
Gambar 38. Halaman login.....	60
Gambar 39. Halaman user.....	61
Gambar 40. Halaman Profil User.....	61
Gambar 41. Halaman edit Profil.....	62
Gambar 42. Halaman Penjual.....	62
Gambar 43. Halaman Barang.....	63
Gambar 44. Halaman tambah Produk.....	63
Gambar 45. Halaman halaman pemesanan yang sudah dikonfirmasi user.....	64
Gambar 46. Halaman pilihan jika barang sudah dikirim.....	64
Gambar 47. Form konfigurasi pesanan.....	65
Gambar 48. Halaman chart.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehadiran revolusi Industri 4.0, menjadikan teknologi digital dan internet sebagai tulang punggung teknologi, telah mengubah paradigma masyarakat dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia pendidikan, yang melahirkan pendidikan di era Revolusi 4.0 yang disebut sebagai Pendidikan 4.0 dengan otomatisasi yang berpusat pada sistem jaringan internet dan digitalisasi media baik dalam proses pra pembelajaran maupun pasca pembelajaran, yang terhubung melalui *electronic devices* yang memiliki kemampuan untuk memproses, menyimpan, dan mengakses pengetahuan untuk pembelajaran melalui internet baik dari komputer, *tablet*, atau *smartphone*.

Selanjutnya, fenomena Pendidikan 4.0 juga telah menciptakan generasi manusia baru yang disebut generasi Z. Generasi Z yang lahir dan dibesarkan di era digital adalah pengguna teknologi yang melek, cerdas, dan fasih, yang disebut sebagai *digital natives* (Hawkins,B.D. 2015), yang kesehariannya tidak lepas dari penggunaan gadget yang terkoneksi internet dalam berinteraksi sosial di dunia maya. Setiap hari, menggunakan perangkat mobile *gadget* untuk akses informasi, tidak membedakan dunia offline dan online, bahkan saat mereka berada di lingkungan belajar sekalipun mereka tetap online (Hawkins,B.D. 2015). Beberapa peneliti mengidentifikasi era digital dalam pembelajaran seperti 2 sisi mata uang yang berbeda. Di satu sisi *gadget* dapat mengganggu proses pembelajaran, akan

tetapi di sisi lain penggunaan gadget dapat memberikan kemudahan belajar baik bagi pendidik maupun peserta didik (Montrieux H, Vanderlinde R, Schellens T, De Marez L. 2015). Jika kita menelisik sisi positif dari fenomena ini, maka kita bisa memutarbalikkannya menjadi suatu kesempatan emas untuk membuat gebrakan bagi kemudahan pengajaran dan pembelajaran digital tanpa mendeskredit ataupun melawan perkembangan disrupti teknologi yang ada baik di institusi formal, non formal, maupun informal, dengan mengubah *entertained netizen* menjadi *educated netizen*. Inovasi ini diharapkan dapat membantu para pendidik untuk mempersiapkan anak didiknya menghadapi zaman milenial sehingga 5C sebagai kompetensi dasar yang dibutuhkan anak didik zaman *now* yang meliputi: *creative, critical thinking, collaboration, communication*, dan *confidence* dapat terakomodir, demi meningkatkan daya saing peserta didik di tengah persaingan global.

Kurun waktu 10 tahun belakangan pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship*) di Indonesia menjadi trend. Sampai detik ini semangat kewirausahaan di perguruan tinggi bahkan sekolah menengah dan dasar di Indonesia terus tumbuh dan berkembang melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Apa yang menyebabkan semangat kewirausahaan di Indonesia begitu menggelora? Jawabannya sederhana, karena Indonesia saat ini sudah tertinggal jauh dari negara-negara lain dalam kemajuan perekonomiannya. Bahkan yang menjadi permasalahan adalah kemajuan ekonomi negaranegara tersebut antara lain ditentukan oleh jumlah pengusahanya (Yulizar Kasih. 2013).

Kesadaran akan pentingnya Pendidikan kewirausahaan didorong oleh pernyataan Sosiolog David Mc.Clelland (Heri Kuswara. 2019) bahwa sedikitnya dibutuhkan minimal 2 persen wirausaha dari populasi penduduknya agar suatu negara dapat menjadi negara yang maju. Pernyataan ini tentu sangat beralasan karena di beberapa negara maju di dunia jumlah pengusaha melebihi 2 persen. Data menunjukkan Amerika Serikat memiliki 12,5 persen jumlah pengusaha dari total penduduknya. Beberapa negara maju lainnya seperti Jepang 10 persen, Inggris 10 persen, Singapura 7,5 persen. Bahkan negara berkembang seperti China 2,5 persen, India 2,5 persen dan Malaysia 2,5 persen. Sedangkan bila dibandingkan dengan Indonesia yang saat ini baru memiliki 0,2 persen jumlah pengusaha dari total penduduk yang mencapai 237 juta jiwa (Elfindri, Desri Ayunda, dan Wiko Saputra 2010). Untuk memenuhi jumlah pengusaha sekitar 4,8 juta orang (2 persen), salah satu upaya yang dapat ditempuh adalah melalui pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi sebagai gerbang yang diharapkan dapat menghasilkan wirausaha baru.

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 momok bagi masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk menambah wawasan mahasiswa terhadap dunia kewirausahaan serta memotivasi mereka untuk ikut terlibat langsung dalam dunia wirausaha sebagai wirausahawan muda yang tangguh, sehingga mereka dapat ikut berkontribusi dalam

meningkatkan perekonomian negara Indonesia. Kewirausahaan selain dapat dipelajari, juga harus dapat diinternalisasi secara luas melalui proses pendidikan. Individu yang memiliki jiwa Kewirausahaan adalah individu yang mengenal potensi dirinya dengan baik, belajar mengembangkan potensi untuk melihat dan mengkreasikan peluang dalam mewujudkan cita-citanya.

Oleh karena itu Pendidikan Tinggi sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berperan dalam mempersiapkan pemimpin di era industri 4.0 (Rauch, E., Linder, C., & Dallasega, P. 2019). Mahasiswa sebagai calon pemimpin di era industry 4.0 fokus pada literasi data, teknologi, dan kemanusiaan (Yeung, S. 2014). Untuk menjadikan generasi yang kreatif, inovatif dan adaptif terhadap kehadiran teknologi. Universitas Negeri Padang (UNP), sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) terkemuka di Sumatera Barat, telah mengambil peran penting dalam menciptakan program-program kewirausahaan, dengan berbagai wujud dan langkah yang real. Pada level kebijakan strategis, pengembangan program kewirausahaan ini tertuang dalam Rencana Strategis UNP 2015-2019, yang menjadikan keterlibatan mahasiswa dalam program kewirausahaan sebagai salah satu Program Prioritas Pengembangan UNP (UNP Padang. 2018:54). Realisasi Renstra ini dengan menjadikan Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai Mata Kuliah Wajib bagi seluruh mahasiswa UNP, juga berbagai program hibah ditawarkan kepada mahasiswa, seperti Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Disamping itu, untuk lebih mempertegas program kewirausahaan ini, maka didirikanlah lembaga setingkat

Unit Pelaksana Teknik (UPT) dengan fokus layanan pada bidang Kewirausahaan yang disebut dengan UPT. Pengembangan Karir dan Kewirausahaan (UPT. PKK).

Program kewirausahaan ini sejauh ini berjalan dengan baik di UNP Padang. Dalam Laporan Kinerja UNP Tahun 2018 (UNP Padang, 2019:33), terdapat kecenderungan ketercapaian program kewirausahaan mahasiswa realisasinya melampaui target yang ditetapkan, seperti terlihat pada Tabel 1.

Pada Tabel 1 ini dapat dilihat bahwa pada terdapat kecenderungan hasil yang dicapai melebihi target, seperti pada Tahun 2017, ditargetkan 150 mahasiswa yang berwirausaha, hasil yang diperoleh adalah 304 mahasiswa, dengan target pencapaian 203%. Demikian juga dengan Tahun 2018 kemaren, dari 250 mahasiswa yang ditargetkan, tercapai 261 mahasiswa, dengan peningkatan 104%. Meskipun persentase dan jumlah target capaian 2018 jauh menurun dari 2017, namun ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam menetapkan program-program pendukung di luar dari program yang telah ada di dalam Rencana Kerja UNP 2018 untuk disempurnakan pada tahun 2019.

Tabel 1. Target dan capaian Indikator Kinerja UNP 2018

No.	Sasaran Program	Indikator Kinerja	Capaian 2016	Tahun 2017			Tahun 2018			Target 2019
				Target	Realisasi	% Capaian	Target	Realisasi	% Capaian	
1	Meningkatnya Kualitas Pembelajaran dan Kemahasiswaan	Rasio Afirmasi	19%	17,00%	31%	183%	31,37%	31,86%	102%	32%
		Jumlah mhs yang berwirausaha	147	150	304	203%	250	261	104%	300
		Persentase lulusan bersertifikat kompetensi & profesi	-	6,92%	6%	83%	85,00%	82%	96%	90%
		Persentase prodi terakreditasi minimal B	80%	85%	98%	115%	-	-	-	-
		Persentase lulusan yang langsung bekerja	6%	7,25%	15%	207%	15%	15,98%	106,46%	20,00%
		Jumlah mahasiswa berprestasi	59	57	146	256%	70 mhs	85	121,43%	190
		Persentase lulusan tepat waktu	48%	80%	55%	69%	80%	72%	90%	81%
		Rata-rata IPK lulusan	3,34	3,35	3,36	100%	3,35	3,37	101%	3,38

Tentu saja data tersebut menjadi pertanyaan mengapa terjadi penurunan minat mahasiswa? Apakah dikarenakan oleh masih terlalu kakunya pola pembelajaran kewirausahaan yang terjadi di kelas? Atau tekanan pertanggungjawaban program kewirausahaan mahasiswa yang terlalu tinggi, sehingga terjadi penurunan antusias mahasiswa dalam berwirausaha, atau mahasiswa masih merasa bahwa bekal yang di dapatkan belum mencukupi bagi mereka untuk menjadi seorang wirausahawan.

Kurikulum Kewirausahaan yang dikembangkan sebagai Mata Kuliah Umum tingkat Universitas, telah disusun secara cermat dengan penyesuaian pada beberapa aspek, baik aspek teoritis dan landasan konseptual, aspek pengalaman mahasiswa dalam membangun sebuah usaha baru, maupun aspek teknologi pada era R4.0 ini, sebagaimana tertuang di dalam Rencana Pembelajaran Semester (RPS) Kewirausahaan (UPT MKU UNP. 2019), seperti : a) Pengantar Kewirausahaan, peran wirausaha dalam pembangunan bangsa, faktor-faktor penyebab keberhasilan wirausahawan dan motivasi kewirausahaan b) Definisi kewirausahaan, syarat-syarat dan sifat-sifat wirausaha, c) langkah-langkah dalam memulai usaha, d) ide dan gagasan usaha serta mengalisis jenis usaha, e) Menyusun dan merencanakan Perencanaan Bisnis, f) mengembangkan peluang usaha dengan dukungan teknologi informasi, g) Praktik Perencanaan bisnis, dan h) Praktik Kewirausahaan selama 4 minggu.

Jika dilihat dari kurikulum Kewirausahaan yang ditawarkan, secara konsep dan cara berpikir, diharapkan telah mampu mengubah *mindset* mahasiswa dan membangun jiwa wirausaha. Namun terbatasnya waktu untuk praktik dalam

menjalankan usahanya, serta padatnya kandungan teoritis dan kegiatan perkuliahan menjadi faktor yang disinyalir tidak bertahan lamanya semangat berwirausaha pada mahasiswa, hal ini diperoleh dari hasil survei awal yang dilakukan kepada 180 orang mahasiswa yang berasal dari 4 kelas Kewirausahaan pada Semester Juli – Desember 2018 dan Semester Januari – Juni 2019

Berdasarkan pengalaman penulis yang sebelumnya sudah pernah melaksanakan praktik wirausaha pada mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa kerap kali dihadapkan pada persoalan modal awal usaha yang masih sangat rendah, sehingga usaha yang dirintis oleh mahasiswa adalah usaha-usaha dengan modal yang sekecil mungkin dari iuran anggota group usahanya yang terdiri dari 3-4 orang mahasiswa, sehingga praktik wirausaha yang dilakukan hanya baru mampu pengalaman dalam melakukan teknik “*selling product*”, baik untuk produk-produk jadi sebagai “*reseller*”, maupun produk-produk hasil produksi sendiri, khususnya produk makanan ringan dan camilan, yang secara “*de-facto*” memiliki kompetitor dari pedagang sejenis di luar kampus, dan produk mereka sangat mudah untuk ditiru seketika oleh para kompetitor tersebut, meskipun dari sisi inovasi produk yang dilakukan mahasiswa masih jauh lebih unggul dibandingkan kompetitornya. Namun karena kompetitor adalah pedagang tetap, mereka memiliki waktu pemasaran yang lebih lama dibandingkan mahasiswa.

Untuk menjawab kendala modal usaha yang kecil tersebut, maka UNP menawarkan hibah Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), dengan penyediaan dana sebesar Rp. 5.000.000,- pada tahun 2018 yang lalu dan sebesar Rp. 5.000.000,- - Rp. 10.000.000,- pada tahun 2019 ini per-Proposal kelompok usaha

mahasiswa, untuk merangsang dan menggerakkan semangat wirausaha mahasiswa, agar mahasiswa berlomba-lomba untuk menjadikan kampus untuk mencari pengalaman melalui kegiatan kewirausahaan agar kelak bisa menjadi entrepreneur.

Sedangkan dari aspek pemasaran, karena alokasi waktu dan tempat yang terbatas dimiliki oleh mahasiswa, maka sebagian besar mahasiswa melakukan pemasaran di dalam lingkungan kampus yang konsumennya adalah para mahasiswa, dosen dan pegawai UNP, yang disesuaikan dengan beban Praktik wirausaha yang diberikan dalam Mata Kuliah Kewirausahaan.

Pengalaman adalah guru terbaik (*Experince is the best teacher*). UNP sebagai instutusi pendidikan berupaya membekali mahasiswanya dengan berbagai program antara lain mendirikan unit kegiatan kampus wirausaha, mengikuti program-program kewirausahaan yang diadakan oleh kemenristekdikti, sampai memasukkan mata kuliah wajib kewirausahaan di semua jenjang pendidikan. Sebagian besar mahasiswa UNP saat ini mulai sadar betapa pentingnya wirausaha sebagai salah satu solusi untuk mengatasi pengangguran setelah mereka menyelesaikan studi. Gambar 1 menunjukkan target dan capaian jumlah mahasiswa UNP yang mengikuti kegiatan kewirausahaan tahun 2018 (Yulizar, Kasih. 2014:35)



Gambar 1. Grafik Jumlah Mahasiswa yang berwirausaha di UNP

Gambar 1 memperlihatkan bahwa pada Tahun 2018 realisasi jumlah mahasiswa yang berwirausaha 261 orang mahasiswa dari Hasil Seleksi Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) tahun 2018, dari yang ditargetkan yaitu 250 orang. Realisasi ini melampaui target sebesar 104%. Terlampauinya target ini karena adanya sosialisasi kewirausahaan yang dilakukan diawal tahun kepada mahasiswa ke seluruh fakultas dan kuliah umum kewirausahaan dengan mendatangkan pengusaha-pengusaha sukses. Tahun 2017 Jumlah mahasiswa yang berwirausaha sejumlah 304 orang, angka ini lebih besar dibandingkan dengan tahun 2018. Hal ini karena masing-masing kelompok wirausaha tahun 2017 terdiri dari 5-7 orang, sementara tahun 2018 pengelompokannya sebanyak 4-5 orang. Tahun 2019 ditargetkan 300 orang mahasiswa yang lolos seleksi proposal kewirausahaan. Pencapaian target ini akan dilakukan dengan program pembinaan kepada

mahasiswa dalam pembuatan proposal kegiatan kewirausahaan dan pelatihan pelatihan kewirausahaan.

Berdasarkan pedoman PMW tahun 2015, indikator keberhasilan PMW sekurang-kurangnya dapat dilihat dari tiga hal, yaitu jumlah mahasiswa yang berhasil menjalankan usaha, terbentuknya model pendidikan kewirausahaan, dan pengembangan pendidikan kewirausahaan yang mengkoordinasi berbagai kegiatan kewirausahaan di perguruan tinggi.

Seperti dilansir halaman resmi ganto Universitas Negeri Padang pada tahun 2018, Melihat fenomena wirausaha saat ini, Yuliana mengatakan bahwa ide yang dikembangkan oleh mahasiswa untuk PMW tidak banyak perubahan tiap tahunnya. Kebanyakan mahasiswa lebih menggemari bidang kuliner dibandingkan dengan bidang wirausaha lainnya yang sesuai dengan program studi yang sedang mereka tempuh. "Perkuliahnya berkaitan dengan mesin, dan teknik elektro. Dia ikut pula mengurus makanan, tapi begitulah karena makanan memang paling dinikmati," ujarnya.

Terkait hal tersebut, Sri Wahyu, Mahasiswa Kimia TM 2015 beranggapan bahwa usaha kuliner lebih mudah pengerjaannya dibanding dengan bidang usaha lain. Hal ini dapat dilihat dari promosi, pengerjaan, dan minat konsumen yang lebih cenderung pada kuliner. "Kalau usaha makanan gak ribet. Mudah juga pemasarannya karena semua orang butuh makan," ujarnya.(www.ganto.co(2018))

Memberikan pelatihan-pelatihan kewirausahaan ini menjadi tanggung jawab dan salah satu program utama dari UPT. PKK UNP sebagai salah unit yang diberi tanggung jawab dalam mengembangkan program-program kewirausahaan bagi mahasiswa di UNP, namun program Pelatihan yang diberikan masih terbatas pada tataran Perencanaan Bisnis, dan masih jauh dari langkah *Best-Practice* bagi mahasiswa dalam berwirausaha, sebagai jawaban atas kendala yang dihadapi oleh mahasiswa saat ini, agar usaha yang telah dirintis dalam perkuliahan tidak hanya sekedar menjadi “*bisnis pra-syarat lulus*” mata kuliah Kewirausahaan.

Kehadiran teknologi saat ini, sesungguhnya merupakan peluang sekaligus tantangan bagi mahasiswa dalam mengembangkan usaha yang telah dirintis saat kuliah tersebut. Menjadi peluang, karena dengan teknologi yang sudah menjadi “pakaian hidup” sehari-hari mahasiswa, dengan gadget yang dimiliki akan bisa menjadi mesin pemasaran dan produksi yang ampuh dalam menggapai pangsa pasar dan konsumen yang lebih luas. Menjadi tantangan, jika mahasiswa tidak dapat memanfaatkan teknologi secara tepat bagi pengembangan usahanya, maka akan datang kompetitor konvensional masuk ke ranah konsumen mereka dengan layanan teknologi, seperti kehadiran GoJek dengan Produk Go-Food, Go-Send maupun Grab dengan Grab-Food, dan penetrasi merchant-merchant melalui Marketplace profesional seperti TokoPedia, BukaLapak dan lain-lain. Oleh karena itu perlu upaya dukungan dari UPT. PKK dan UNP dalam membina mahasiswa sebagai usahawan baru dalam menghadapi penetrasi teknologi dalam wirausaha, seperti peningkatan fungsi gadget dan teknologi melalui konsep Digital Marketing dan *best-practice*-nya bagi mahasiswa, serta penyediaan *Marketplace* dalam

format digital bagi mahasiswa usahawan baru dalam memasarkan produk-produk usaha mereka, yang mungkin saja karena budaya malu menyebabkan mereka enggan untuk memasarkannya ke pangsa pasar yang lebih luar di luar kampus.

Jika dilihat dari sudut pandang bisnis berbasis internet yang telah mengubah seluruh industri dan pasar, yang juga akan menimbulkan dampak besar pada pelanggan dan bisnis. Salah satu contohnya, yaitu bentuk pasar yang diminati oleh banyak kalangan, dan masyarakat adalah pasar via internet atau biasa disebut e-business atau juga e-commerce. Namun masyarakat lebih banyak menyebutkan e-business, karena kata e-business memiliki makna yang jauh lebih kompleks, dan sudah tidak asing didengar. Pada industri e-business, situs web menjadi tempat utama yang ditawarkan layanan oleh perusahaan. Sehingga situs web berperan sangat penting pada keberhasilan sebuah e-business, terutama dalam hal konsep online shopping. Konsep online shopping menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja biasa. Dilihat dari proses transaksi yang lebih cepat.

Berlaku juga untuk jalur penjualan produk, yang semua barangnya biasanya dijual secara lengkap. Konsumen tidak hanya berbelanja di dunia nyata melalui department store atau mall. Namun penggunaan teknologi memungkinkan bisa melakukan aktifitas pembelian hanya dengan jari tangan yang pembelinya melalui internet tanpa harus beranjak dari rumah ataupun kamar tidur.

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan di atas, dibutuhkan suatu pengembangan wadah digital yang nantinya mampu menjadi alokasi pemasaran

baru bagi mahasiswa yang mengambil matakuliah kewirausahaan di UNP ataupun wirausahawan - wirausahawan muda disekitar ruang lingkup UNP agar persaingan bisa menjadi lebih adil, dimana wadah yang akan dikembangkan adalah dalam bentuk aplikasi *ecommerce* atau *marketplace*. Menurut McLeod (2008 : 59). Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *ecommerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pengertian dari *ecommerce* adalah menggunakan *internet* dan komputer dengan *web browser* untuk mengenalkan, menawarkan, membeli, dan menjual produk. Menurut Opiida (2014) *marketplace* merupakan media online berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan - perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurang efektifnya pemasaran produk oleh mahasiswa yang melaksanakan praktik kewirausahaan dikarenakan ruang lingkup pemasaran hanya sebatas lingkungan UNP dan sekitarnya.

2. Terjadinya persaingan pemasaran produk bagi mahasiswa yang melaksanakan praktik kewirausahaan dengan pedagang - pedagang tetap yang sudah berada di sekitaran ruang lingkup UNP.
3. Bagaimana pemasaran produk wirasusaha mahasiswa difasilitasi melalui suatu sistem pemasaran yang memungkinkan bagi mahasiswa untuk memiliki *marketplace* produk.
4. Aplikasi yang akan dikembangkan digunakan untuk mahasiswa UNP khususnya mahasiswa - mahasiswa yang mengambil matakuliah kewirausahaan dan melaksanakan praktik kewirausahaan.
5. Aplikasi student marketplace akan dikembangkan dengan memiliki fitur - fitur untuk menjual, memesan, memasarkan dan melakukan konfirmasi pemesanan produk dan belum memiliki fitur pembayaran pada pengembangan tahap awal ini.
6. DBMS yang akan digunakan MySQL, web server menggunakan apache, web service dengan menggunakan JSON, dan aplikasi mobile

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan indentifikasi masalah, supaya lebih terfokus, diperlukan batasan-batasan masalah yang sesuai. Batasan masalah dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana pemasaran produk wirasusaha mahasiswa difasilitasi melalui suatu sistem pemasaran yang memungkinkan bagi mahasiswa untuk memiliki *marketplace* produk.
2. Aplikasi yang akan dikembangkan digunakan untuk mahasiswa UNP khususnya mahasiswa - mahasiswa yang mengambil matakuliah kewirausahaan dan melaksanakan praktik kewirausahaan.
3. Aplikasi student marketplace akan dikembangkan dengan memiliki fitur - fitur untuk menjual, memesan, memasarkan dan melakukan konfirmasi pemesanan produk dan belum memiliki fitur pembayaran pada pengembangan tahap awal ini.
4. DBMS yang akan digunakan MySQL, web server menggunakan apache, web service dengan menggunakan JSON, dan aplikasi mobile dengan menggunakan flutter.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah dan batasan masalah, maka masalah yang dapat dikaji dalam tugas akhir ini dapat dirumuskan, yaitu **Bagaimana Pengembangan Student Marketplace bagi mahasiswa Wirausaha di Universitas Negeri Padang.**

E. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan tugas akhir ini adalah :

1. Tersedianya sistem Pemasaran Produk bagi Mahasiswa Wirausaha UNP melalui Student Market Place
2. Mahasiswa Wirausaha memiliki kesempatan untuk memasarkan Produk usahanya secara mandiri melalui Student Market Place UNP.
3. Menyediakan sarana belajar dan latihan pengelolaan usaha online bagi mahasiswa wirausaha UNP sebelum terjun ke dunia bisnis online.

F. Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat mengimplementasikan pengembangan aplikasi UNP marketplace mobile dengan menggunakan web service JSON.
 - b. Dapat mengimplementasikan pengembangan aplikasi UNP marketplace dengan menghubungkan aplikasi mobile ke DBMS MySQL di web server apache.

2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan solusi wadah pemasaran yang lebih baik serta praktis bagi para mahasiswa - mahasiswa yang mengambil matakuliah

kewirausahaan maupun wirausahawan muda pada ruang lingkup UNP.

- b. Memberikan solusi manajemen produk yang lebih baik bagi para mahasiswa - mahasiswa yang mengambil matakuliah kewirausahaan maupun wirausahawan muda pada ruang lingkup UNP.