

Pengembangan Kemandirian Amal Usaha Pendidikan Muhammadiyah Melalui Unimmart.Com Marketplace Gerakan Bedukmutu

10.18196/berdikari.v9i2.9122

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic in the industrial revolution 4.0 increasingly encourages the need for the nation's economic independence which is supported by information technology systems. The bedukmutu movement with the unimmart.com marketplace offers a solution to answer these challenges. The bedukmutu movement at Universitas Muhammadiyah Magelang is an entrepreneurial movement based on demand-pull to encourage purchases by campus academics. The activity of buying and selling is an atmosphere that must be created so that universities contribute to realizing economic independence. Unimmart.com is a web-based marketplace application using the IoT (Internet of Things) concept that prioritizes convenience for the millennials. The purpose of this community service is to create an entrepreneurial atmosphere and realize economic independence at Universitas Muhammadiyah Magelang. This community service program implements bedukmutu with the support of the unimmart.com marketplace through three stages: (1) brainstorming with the academics of the Universitas Muhammadiyah Magelang, (2) conducting focus group discussions (FGD) with the academics of Universitas Muhammadiyah Magelang, and (3) developing and socialization of unimmart.com to the academic community. The result of this community service is the creation of the bedukmutu movement with the support of the unimmart.com marketplace at Universitas Muhammadiyah Magelang. In addition to creating an entrepreneurial atmosphere and economic independence for the academic community and the University of Muhammadiyah Magelang as an educational business charity in Muhammadiyah, this community service program is intended to integrate the theory and practice of real entrepreneurship for students.

Keywords *Economic Independence, Entrepreneurship, Bedukmutu, Marketplace*

ABSTRAK

Pandemi covid-19 di era revolusi industri 4.0 semakin mendorong kebutuhan kemandirian ekonomi bangsa yang didukung oleh sistem teknologi informasi. Gerakan

**SURYO PRATOLO¹,
MISBAHUL ANWAR²,
VENI SORAYA DEWI³**

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

² Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

³ Universitas Muhammadiyah Magelang, Jalan Tidar No.21, Magersari, Kecamatan Magelang Selatan, Kota Magelang, Jawa Tengah 59214

Email: suryo@umy.ac.id

bedukmutu (bela-beli produk bermutu) dengan *marketplace* unimart.com menawarkan solusi untuk menjawab tantangan tersebut. Gerakan bedukmutu di Universitas Muhammadiyah Magelang merupakan gerakan kewirausahaan berdasarkan *demand-pull* untuk mendorong gerakan membeli oleh sivitas akademika kampus. Aktivitas membeli dan menjual adalah atmosfer yang harus diciptakan sehingga perguruan tinggi memiliki peran dalam mewujudkan kemandirian ekonomi. Unimart.com adalah aplikasi *marketplace* berbasis web menggunakan konsep IoT (*Internet of Things*) yang mengedepankan kenyamanan dan kemudahan bagi generasi milenial. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah menciptakan atmosfer kewirausahaan dan mewujudkan kemandirian ekonomi di Universitas Muhammadiyah Magelang. Program pengabdian masyarakat ini mengimplementasikan bedukmutu dengan dukungan *marketplace* unimart.com melalui tiga tahap, yaitu (1) *brainstorming* dengan sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Magelang, (2) melakukan *focus group discussion* (FGD) bersama sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Magelang, dan (3) pengembangan dan sosialisasi unimart.com kepada sivitas akademika. Hasil pengabdian masyarakat ini adalah terciptanya gerakan bedukmutu dengan dukungan *marketplace* unimart.com di Universitas Muhammadiyah Magelang. Selain menciptakan atmosfer kewirausahaan dan kemandirian ekonomi sivitas akademika dan Universitas Muhammadiyah Magelang sebagai amal usaha pendidikan di Muhammadiyah, program pengabdian masyarakat ini juga untuk mengintegrasikan teori dan praktik pembelajaran kewirausahaan mahasiswa secara nyata.

Kata Kunci *Kemandirian Ekonomi, Kewirausahaan, Bedukmutu, Marketplace*

PENDAHULUAN

Latar belakang pengabdian masyarakat didasarkan pada kondisi pandemi covid-19 yang melanda dunia pada saat ini yang membuat semakin terasa bahwa kemandirian ekonomi menjadi faktor utama ketahanan ekonomi suatu bangsa. Indonesia pada kuartal kedua dan ketiga tahun 2020 ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang negatif berturut-turut yang artinya telah terjadi resesi ekonomi. Ketahanan ekonomi yang lemah akan menjadikan sendi-sendi bangsa nonekonomi juga melemah, baik sendi politik, budaya, bahkan pertahanan dan keamanan suatu bangsa. Dari gambaran kondisi tersebut, peningkatan ketahanan ekonomi harus ditingkatkan, salah satunya dengan kemandirian ekonomi. Perwujudan kemandirian ekonomi harus dibangun pada tiga dimensi dari kemandirian ekonomi itu sendiri, yaitu dimensi kecukupan diri (*self-sufficiency*), penemuan diri (*self-discovery*), dan kepercayaan diri (*self-confidence*) (Al-Kumayi, 2005).

Kerangka teoretis pengabdian masyarakat ini terkait dengan tujuan perwujudan kemandirian ekonomi melalui gerakan kewirausahaan. Menurut Inpres nomor 4 tahun 1995, kewirausahaan didefinisikan sebagai semangat, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh

keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan dapat terjadi pada semua bidang (Hisrich, et.all., 2005). Arena wirausaha pada prinsipnya adalah cara merubah sumber-sumber ekonomi dari area yang produktivitas dan hasilnya rendah menuju area dengan produktivitas dan hasil yang lebih tinggi dan dengan hasil yang lebih besar. Wirausaha di berbagai bidang pada dasarnya bekerja dengan cara yang sama, bekerja lebih baik dan melakukannya berbeda dari yang lain (Drucker, 2007). Seorang wirausahawan, apa pun bidangnya, memiliki kepribadian dasar yang sama yang diidentifikasi oleh beberapa peneliti, meliputi *Desire for responsibility*, *Preference for moderate risk*, *Confidence in their ability to succeed*, *Desire for immediate feedback*, *Highlevel of energy*, *Future orientation*, *Skill at organizing*, dan *Value of achievement over money* (Siswoyo, 2006). Gerakan kewirausahaan pada saat ini tidak bisa lepas dari revolusi industri 4.0 yang memunculkan fenomena *sharing* ekonomi dan pemanfaatan *IoT* secara masif di segala bidang dan sektor kehidupan. Dinyatakan oleh Khasali (2017) bahwa *disruption* terjadi akibat perubahan cara-cara berbisnis yang dulunya sangat menekankan *owning* (kepemilikan) menjadi *sharing* (saling berbagi peran/kolaborasi). Jika dulu semua perlu dimiliki sendiri, dikuasai sendiri, sekarang tidak lagi. Menurut McKeown (2001), teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Menurut Williams dan Sawyer (2005), teknologi informasi merupakan sebuah bentuk umum yang menggambarkan setiap teknologi yang membantu menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengomunikasikan, dan atau menyampaikan informasi. Teknologi informasi merupakan kombinasi teknologi komputer (*hardware* dan *software*) untuk mengolah dan menyimpan informasi dengan teknologi komunikasi untuk melakukan transmisi informasi (Martin, et.all., 2005).

Analisis situasi pengabdian masyarakat ini mendasarkan pada kondisi perekonomian Indonesia yang menghadapi berbagai tekanan pada kuartal kedua dan ketiga di tahun 2020 ini yang mengalami resesi akibat adanya pandemi Covid-19. Akibatnya, utang luar negeri harus dilakukan untuk menekan ketahanan ekonomi bangsa karena adanya ketergantungan dengan luar negeri. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2019) menjelaskan bahwa adanya kondisi yang menyebabkan tekanan kemandirian ekonomi bangsa disebabkan terjadinya beberapa hal, yaitu a) defisit transaksi berjalan, b) masih tingginya impor, c) daya saing, d) isu ketenagakerjaan, serta e) bergulirnya era revolusi industri 4.0. Fakta menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan perguruan

tinggi masih berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) daripada sebagai pencipta kerja (*job creator*). Sistem pembelajaran di berbagai perguruan tinggi masih terfokus pada cara menyiapkan para mahasiswa yang cepat lulus dan mendapatkan pekerjaan, bukan pada lulusan yang siap menciptakan pekerjaan sebagaimana yang dituntut borang akreditasi perguruan tinggi yang menjadikan kecepatan lulus dan waktu tunggu pekerjaan sebagai salah satu indikator keberhasilan. Padahal, menurut Hisrich dan Peters (1992), kewirausahaan mencakup serangkaian perilaku, keterampilan, dan sifat yang mendukung pengembangan inovasi dan kreativitas.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah menciptakan atmosfer kewirausahaan kampus sebagai amal usaha pendidikan Muhammadiyah untuk mendukung terciptanya kemandirian ekonomi melalui gerakan beduk mutu yang didukung teknologi informasi, berupa *marketplace* unimmart.com. Muhammadiyah adalah komponen besar penentu kekuatan negara yang memiliki pilar kewirausahaan, di samping pilar kesehatan dan pendidikan. Oleh karena itu, kita harus mendukungnya agar dihasilkan wirausaha-wirausaha tangguh yang mampu melakukan *creation of wealth, enterprise, innovation, change, employment, value* dan *growth* (Morris, et.all., 1994). Melalui kemampuan menghasilkan *output-output* tersebut, seseorang dapat disebut sebagai wirausaha dalam bidang apa pun. Dari artikel Susilaningsih (2015), kita bisa mencermati dan membandingkan praktik program pendidikan kewirausahaan perguruan tinggi di luar negeri, yaitu di Singapura, China, dan Finlandia. Dengan model ini, akhirnya, bisa dihasilkan wirausaha di bidang akademik (*academic entrepreneur*), wirausaha di bidang sosial (*social entrepreneur*), dan sekaligus wirausahaan di bidang bisnis (*business entrepreneur*) yang berbasis riset dan teknologi.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini mendasarkan pada literatur tentang pentingnya kecakapan wirausaha dan cara teknologi informasi yang mampu mendukung aspek pendidikan dan aspek kemandirian ekonomi. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk membangun desain kemandirian ekonomi di Universitas Muhammadiyah Magelang. Metode yang digunakan adalah metode *Focus Groups Discussion* (FGD). FGD dilakukan dengan beberapa kelompok sivitas akademika, yaitu kelompok dosen dan kelompok pimpinan universitas. Hasil FGD bersama dosen dan pimpinan universitas dilanjutkan dengan FGD bersama

desainer dan pengembang aplikasi. Poin-poin yang dibahas pada FGD dengan civitas akademika meliputi 1) Seberapa penting pembekalan jiwa wirausaha para civitas akademika? 2) Apakah metode pembekalan kewirausahaan civitas akademika selama ini telah sesuai? 3) Alternatif metode pembekalan civitas akademika seperti apa? 4) Peran teknologi informasi di masa pandemi dan pada era revolusi industri 4.0 dalam kewirausahaan civitas akademika seperti apa? 5) Kebutuhan desain pembelajaran kewirausahaan bagi generasi milenial seperti apa? dan 6) Model pembelajaran kewirausahaan sivitas akademika yang didukung teknologi informasi untuk generasi milenial seperti apa?

Dari hasil FGD dengan dosen dan pimpinan universitas, didapatkan simpulan bahwa 1) Pembekalan kewirausahaan merupakan hal penting untuk bisa menghasilkan lulusan yang mandiri yang mampu mendukung dan menyelesaikan permasalahan bangsa, terutama dalam hal kemandirian ekonomi seperti yang dipaparkan sebelumnya; 2) Metode klasikal yang selama ini diterapkan untuk memberikan bekal jiwa wirausahaan mahasiswa dinilai kurang efektif karena baru ke aspek kognitif, belum menyentuh aspek afektif dan psikomotoris; 3) Pembekalan kewirausahaan harus mampu memberikan sentuhan psikomotoris, artinya mahasiswa harus mampu merasakan sikap mandiri yang ditunjukkan dengan kemampuannya menghasilkan produk dan atau memasarkan produk atau jasa yang dikreasikan oleh mahasiswa; 4) Teknologi informasi berbasis *web* dibutuhkan mahasiswa sebagai instrumen memasarkan produk dan menjadi atmosfer untuk mahasiswa membeli produk rekannya; 5) Desain pembelajaran untuk anak generasi milenial tidak dilakukan secara klasikal, tetapi terhubung dengan gawai sehingga belajar tidak mengenal batas, kendala waktu, dan tempat; 6) Dibutuhkan sebuah aplikasi *marketplace* yang bisa menjadi wahana bagi mahasiswa untuk memasarkan produk atau jasa yang dikreasikan sekaligus sebagai wahana bagi mahasiswa untuk membeli produk rekan mahasiswa yang lain. Berdasarkan FGD dengan civitas akademika Universitas Muhammadiyah Magelang, kemudian dihasilkan konsep gerakan *demand pull*, yakni perguruan tinggi membuat atmosfer wirausaha melalui penciptaan kebutuhan belanja dari civitas akademika dan dipenuhi oleh civitas akademika itu sendiri yang kemudian dinamakan gerakan unimmart.com. Selanjutnya, dilakukan FGD untuk mendesain sistem bersama pengembang aplikasi yang hasilnya adalah aplikasi *marketplace* unimmart.com.

Dalam pengabdian masyarakat ini, teknologi informasi diimplementasikan untuk

mendukung gerakan bedukmutu guna menciptakan atmosfer kewirausahaan yang didukung aplikasi *marketplace* unimmart.com yang memiliki aspek pendidikan dan aspek ekonomi. Unimmart.com adalah inovasi *e-commerce* yang memungkinkan seluruh unsur dalam kegiatan berjual-beli (yaitu produsen, agen, maupun konsumen) mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang dimaksud bukan serta merta keuntungan secara materi, melainkan lebih kepada keuntungan waktu dan tenaga. Seperti contohnya, apabila ada perusahaan ingin menjual produknya menggunakan sistem *e-commerce*, pembeli tidak harus datang ke toko untuk membeli barang tersebut. Dengan demikian, waktu serta energi dari penjual serta pembeli sudah berkurang jika dibandingkan dengan menggunakan cara konvensional, yaitu penjual harus membuka toko fisik dan pembeli harus secara fisik datang ke toko tersebut. Penerapan yang lain dalam bidang ekonomi adalah dihadapkannya dompet *online*. Dengan dompet *online* ini, *user* tidak harus membawa uang secara fisik, tetapi telah digantikan secara virtual. Dampak positifnya adalah keamanan lebih terjamin karena uang yang dimiliki telah tersistem dan jauh lebih susah untuk dicuri. Dampak inti yang diperoleh dalam bidang ekonomi ini adalah tingkat produktivitas yang semakin bertambah tinggi karena kemudahan transaksi jual beli. *Marketplace* merupakan platform transaksi bisnis *online* yang menyediakan metode digital untuk memfasilitasi transaksi komersial, seperti menjual barang, jasa, ataupun informasi secara *online* antara pembeli dan penjual (Alrubaiee, et.all., 2012). *Marketplace* ini dirancang untuk meminimalisasi proses bisnis yang kompleks sehingga dihasilkan proses bisnis yang efisien dan efektif. Dengan adanya *marketplace* tersebut, setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat, dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak, dan waktu. *Marketplace* bersifat *sharing* sumber daya jika menyelenggarakan sendiri sebuah sistem yang terhubung dengan internet tidaklah mudah dan murah. Selain itu, sistem tersebut juga perlu dilakukan perawatan secara berkala dan itu pun bukan sesuatu yang mudah dan murah. Oleh karena itu, dengan adanya *marketplace*, pelaku bisnis atau usaha tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk membangun sistem karena telah disediakan oleh pihak *marketplace*. Para pebisnis tidak perlu melakukan perawatan secara berkala karena sudah ditangani oleh pihak penyedia *marketplace* sehingga dapat memangkas biaya operasional (Crocodic.com, 2019).

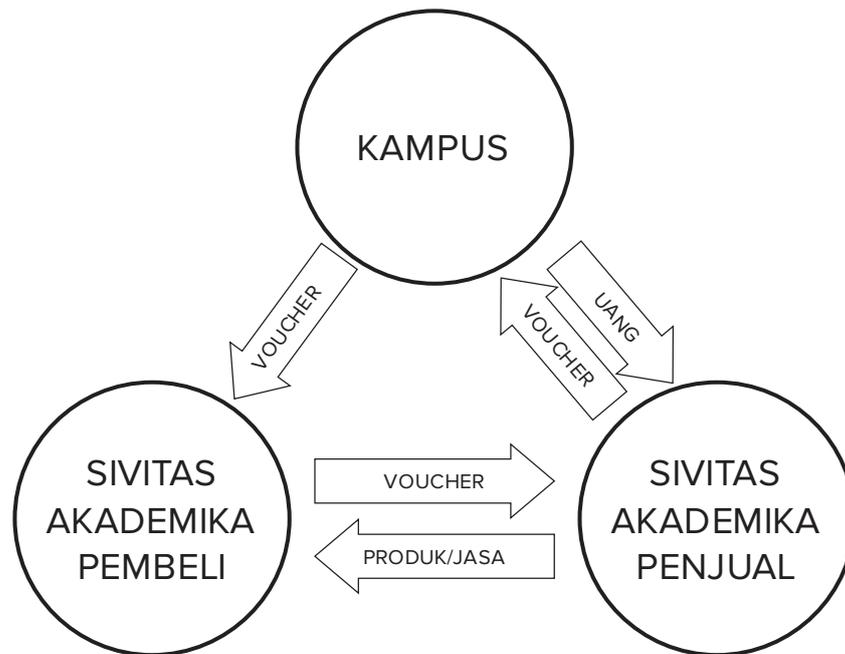
Sistem transaksi jual beli menggunakan *marketplace* dilakukan secara *online* menggunakan gawai, seperti *handphone*, *laptop*, atau alat telekomunikasi lainnya.

Dengan basis teknologi informasi, *marketplace* mampu menghasilkan *big data* yang dapat menunjukkan segmentasi bisnis, produk dengan peminat terbanyak, dan kemudahan pencarian informasi produk dan jasa. Dengan *marketplace*, cakupan transaksi menjadi sangat luas, mampu untuk mendukung aktivitas ekonomi *business to business*, *business to customer*, dan *customer to customer* (Fatbit.com, 2019). Alur dari transaksi menggunakan *marketplace* meliputi dua tahap, yakni pertama, dengan menggunakan gawai yang terhubung internet, calon konsumen melakukan aktivitas berselancar di *marketplace* sekadar untuk untuk melihat-lihat informasi produk-produk terbaru yang ditampilkan secara digital berupa gambar, video, maupun teks. Kedua, calon konsumen mencari lebih dalam mengenai data dan informasi produk-produk untuk dilakukan proses transaksi jual beli. Apabila calon konsumen berminat dengan produk-produk yang tersedia pada *marketplace* tersebut, konsumen bisa melakukan pesanan pada fitur pesan barang secara elektronik berbasis internet. Selanjutnya, pesanan yang telah tersimpan di sistem *marketplace* akan ditindaklanjuti oleh *merchant* yang akan mengirimkan produk-produk yang telah dipesan kepada konsumen. *Merchant* yang menjual produk-produk secara fisik akan mengirimkannya melalui kurir ke alamat tujuan pengiriman (Fatbit.com, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat ini adalah penerapan gerakan bedukmutu yang didukung dengan *marketplace* unimmart.com. Bedukmutu merupakan suatu gerakan kemandirian ekonomi dengan atmosfer kewirausahaan bagi civitas akademika yang dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Magelang dengan menggunakan konsep kombinasi gotong-royong dan tarikan kebutuhan (*demand pull*) atau gerakan membeli. Konsep ini, pada prinsipnya, adalah cara atau upaya memunculkan semangat gotong-royong dan kepedulian terhadap kewirausahaan dengan melakukan gerakan membeli produk yang dihasilkan oleh sesama civitas akademika. Dengan adanya gerakan membeli, akan muncul tarikan kebutuhan yang pada akhirnya akan memunculkan gerakan produksi dan penjualan dari teman yang lain. Dengan konsep ini, civitas akademika diberikan atmosfer bersaing secara sehat, selain atmosfer saling membantu atau membela kesuksesan wirausaha teman yang lain. Gerakan unimmart.com ini menjadikan terwujudnya lingkungan wirausaha bagi civitas akademika yang mengasah jiwa wirausaha, tidak hanya aspek kognitif, tetapi juga afektif, dan psikomotoris.

Mekanimse sistem unimmart.com secara manual bisa digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Konsep Dasar Unimmart.com

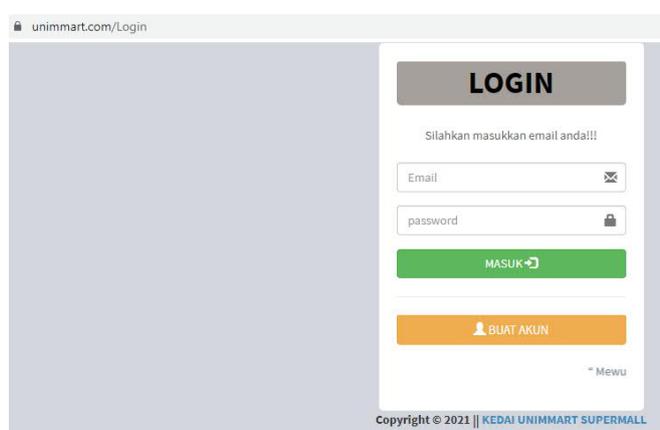
Dari bagan di atas, dapat dijelaskan bahwa dalam rangka mewujudkan atmosfer kewirausahaan civitas akademika, kampus memberikan voucher kepada civitas akademika dengan nilai rupiah tertentu. Hal ini merupakan bentuk kepedulian kampus terhadap civitas akademika untuk menggerakkan sistem unimmart.com ini. Voucher tersebut diberikan setiap bulan dengan nilai tertentu yang hanya bisa dibelanjakan untuk produk yang dihasilkan oleh sesama atau teman mahasiswa yang lain, tidak bisa digunakan untuk membeli produk dan jasa mahasiswa yang bersangkutan sendiri dan diberikan batas waktu tertentu. Pada setiap akhir bulan, masa berlaku voucher akan kadaluwarsa dan akan hangus karena akan diisi voucher yang baru di bulan yang baru. Apabila terjadi transaksi antara mahasiswa pembeli dengan civitas akademika penjual, akan terjadi perpindahan voucher dari akun pembeli kepada akun penjual dan diikuti dengan dilakukannya perpindahan barang dari penjual kepada pembeli. Voucher yang telah diterima penjual atas hasil penjualan kepada teman sesama civitas akademika akan bisa di-tunaikan kepada admin unimmart.com kampus. Selanjutnya, mahasiswa penjual akan menerima uang sesuai hasil penjualannya.

Sebagai ilustrasi, diasumsikan bahwa civitas akademika Universitas Muhammadiyah Magelang adalah Rp5.000 dan voucher yang diberikan kepada civitas akademika adalah sebesar Rp50.0000 per bulan, maka setiap bulan ada voucher yang diberikan oleh kampus dan dimiliki oleh mahasiswa di seluruh akunnya sebesar Rp 250.000.000 (dua ratus lima puluh juta rupiah). Dengan angka yang cukup besar setiap bulan itu, diharapkan akan menjadi daya tarik para civitas akademika untuk menjual produknya guna mendapat bagian dari voucher yang tersedia per bulan tersebut dengan cara memproduksi dan menawarkan produk atau jasanya. Bagi civitas akademika pembeli, karena terdapat batasan waktu voucher, mereka tentunya akan segera membelanjakan vouchernya untuk menghindari hangusnya voucher bulan tertentu. Kedua motivasi antara civitas akademika penjual untuk membelanjakan vouchernya dan civitas akademika pembeli untuk menjual produknya dalam rangka menarik voucher dari civitas akademika pembeli menjadikan munculnya atmosfer berwirausaha dan iklim kompetisi yang baik bagi kewirausahaan mahasiswa. Selanjutnya, apabila civitas akademika penjual telah mendapatkan nominal voucher dari civitas akademika pembeli, voucher hasil penjualannya itu bisa di *redeem* atau diuangkan menjadi uang tunai ke admin unimmart.com dan civitas akademika pun mendapatkan pengalaman berwirausaha selain mendapatkan uang. Begitu terus berulang setiap bulan sepanjang tahun selama akunnya masih aktif.

Dari hasil FGD, dapat disimpulkan bahwa desain gerakan kemandirian dengan didukung *marketplace* ini mampu memunculkan wahana untuk mendorong gerakan membeli, baik menggunakan voucher maupun secara tunai, serta mampu memberikan informasi *bigdata* dari hasil aktivitas transaksi tersebut. Dari ini, didapatkan informasi sejauh mana kesuksesan civitas akademika dalam berwirausaha dan menjadi dasar pembinaan serta dorongan bagi yang kemampuannya belum seperti yang distandarkan. Hasil dari *marketplace* unimmart.com menghasilkan banyak fitur dan bisa dijelaskan beberapa prosedurnya berikut ini.

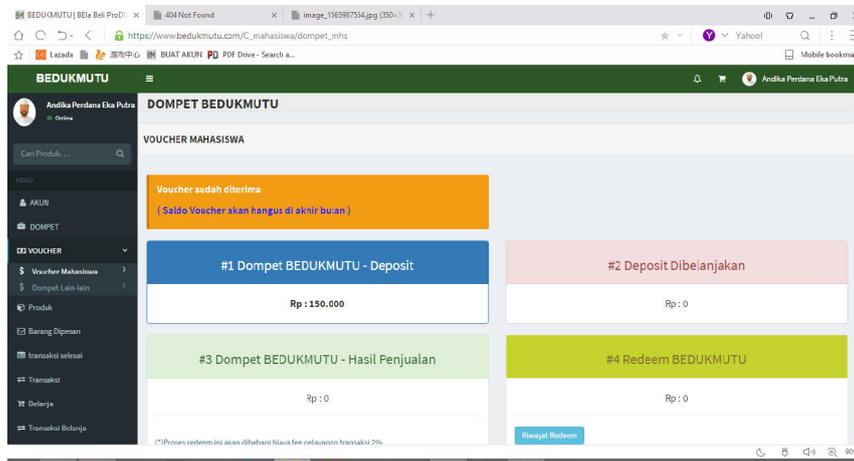
Fitur pembuatan akun pribadi di unimmart.com. Pembuatan akun mensyaratkan adanya Nomor Induk Mahasiswa (NIM) atau Nomor Induk Karyawan (NIK) sehingga dapat dihasilkan rekap informasi kinerja wirausaha berbasis civitas akademika. Alamat email akademika juga menjadi informasi yang penting karena alamat email tersebut akan digunakan sebagai media pengiriman notifikasi transaksi, baik pemesanan maupun pembayaran. Setelah civitas akademika memiliki akun, civitas akademika

memiliki fasilitas, baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli. Sebagai penjual, civitas akademika bisa melakukan unggah produk, sedangkan sebagai pembeli, civitas akademika memiliki fasilitas berupa voucher. Apabila civitas akademika mau masuk ke akunnya, dia harus mengisi *username* dan *password* yang telah di-setting sebelumnya.



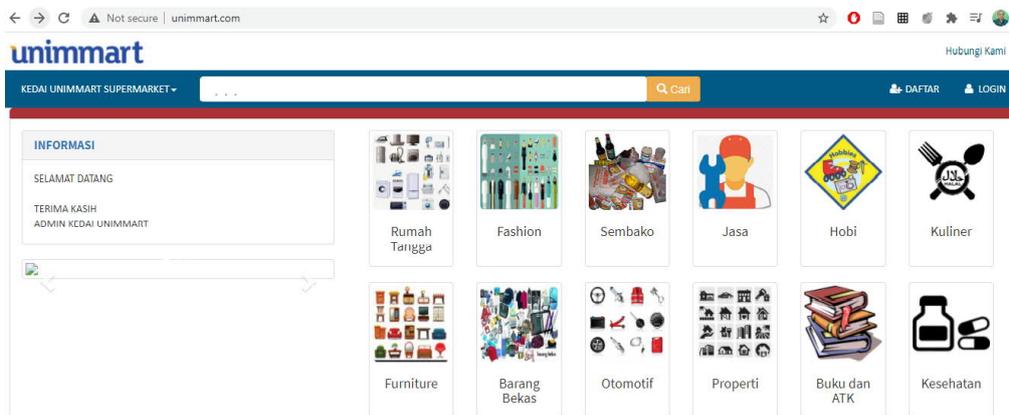
Gambar 2. Menu Login Unimmart.com

Sebagai pemilik akun, civitas akademika memiliki fasilitas voucher di dalam dompetnya. Ada 2 dompet voucher untuk fungsi pembeli dan 2 dompet voucher bagi fungsi penjual. Dompet voucher pertama merupakan dompet untuk menampung pengisian voucher yang diberikan oleh kampus kepada setiap mahasiswa. Dompet voucher ke dua adalah dompet untuk menampung nilai voucher yang digunakan untuk memesan suatu produk kepada penjual dan voucher tersebut hanya bisa digunakan untuk pemesanan produk sesama civitas akademika dan tidak boleh untuk memesan civitas akademika sendiri. Dompet voucher ke-3 dan ke-4 adalah dompet voucher bagi civitas akademika selaku penjual. Dompet 3 berguna untuk menampung voucher hasil penjualan yang telah selesai, dalam arti barang sudah diterima oleh pembeli yang melakukan pemesanan dengan pembayaran melalui voucher. Dompet voucher ke-3 digunakan untuk menampung ajukan pencairan voucher yang akan dicairkan atau diuangkan kepada kampus melalui admin kampus. Besaran voucher pada dompet voucher 3 yang diajukan pencairan tunainya akan berpindah ke dompet voucher 4. Apabila pencairan voucher hasil penjualan telah disetujui oleh admin kampus dan uang telah diterima oleh mahasiswa penjual, dompet voucher ke-4 akan dikosongkan. Ini menunjukkan bahwa transaksi telah tuntas atau paripurna.



Gambar 3. Dompot Voucher Bedukmutu Unimmart.com

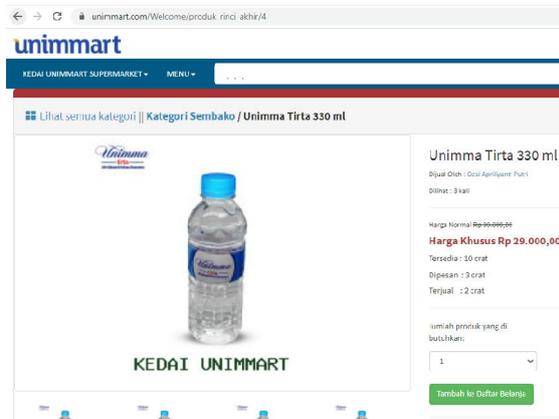
Untuk melakukan pembelian, civitas akademika sebagai pembeli menggunakan fitur belanja pada sistem *marketplace* unimmart.com. Dengan melakukan klik pada tombol belanja, pembeli akan masuk ke daftar produk yang dijual oleh para pedagang sesama teman sekampus. Dari daftar produk tersebut, pembeli bisa memesan produk yang diinginkan dengan cara melakukan klik produk dimaksud kemudian akan muncul identitas penjual, deskripsi produk, dan mekanisme pembayaran yang diinginkan, bisa tunai atau menggunakan voucher. Jika menggunakan voucher yang diberikan oleh kampus, bisa dipilih pembayaran via voucher dan akan mengurangi nominal saldo voucher saat dipilih setuju atas pemesanan produk tersebut. Pada saat itu, sistem akan mengirimkan notifikasi ke akun penjual dan juga melalui *email* penjual bahwasannya ada pemesanan produk oleh pembeli. Saat itu pula voucher pada dompet ke-1 pembeli berpindah senilai nominal pemesanan ke dompet ke-2 pembeli.



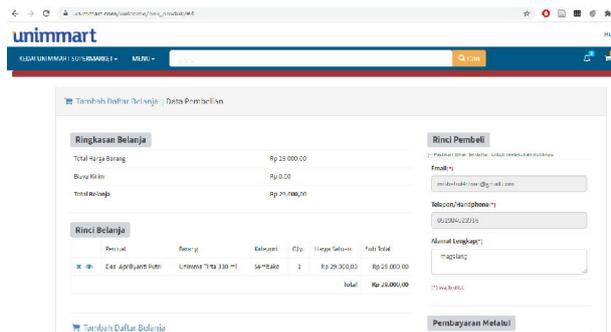
Gambar 4. Kluster Produk pada Fitur Belanja Unimmart.com



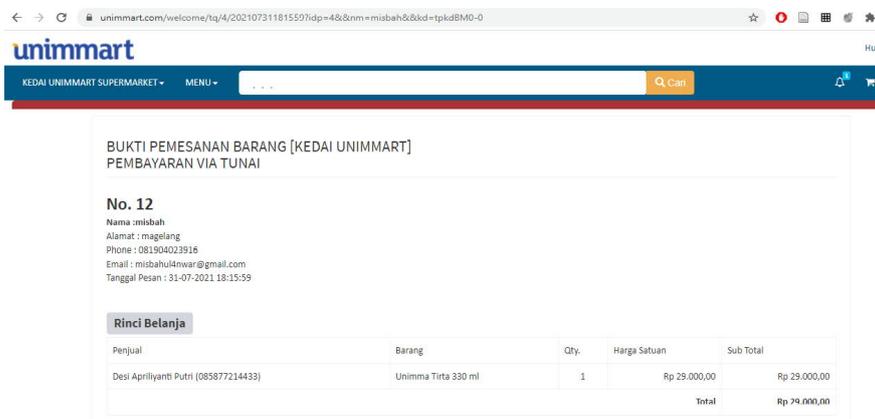
Gambar 5. Jenis Produk pada Fitur Belanja Unimart.com



Gambar 6. Produk Proses Dipesan pada Fitur Unimart.com



Gambar 7. Proses Pemesanan Produk di Unimart.com



Gambar 8. Pemilihan dan Eksekusi Pembayaran Produk yang Dipesan di Unimart.com

Setelah penjual menerima notifikasi, baik pada akun unimart.com nya maupun pada email-nya, mahasiswa sebagai penjual menyelesaikan transaksi dengan cara mengirim barang kepada penjual dan melakukan klik pada tombol selesai pada fitur barang yang dipesan pada akun mahasiswa penjual. Pada saat itu, voucher pembeli pada dompet voucher ke 2 milik pembeli akan berpindah pada dompet voucher ke 3 milik penjual. Tahap ini adalah tahap akhir proses transaksi unimart.com antara civitas akademika penjual dengan civitas akademika pembeli. Pada setiap periode, penjual yang memiliki saldo di dompet voucher ke-3 nya bisa melakukan pencairan dana fisik ke kampus melalui admin kampus dengan cara klik tombol *redeem* dan mengisikan nominal *voucher* yang akan dicairkan menjadi dana fisik sehingga nominal dari dompet voucher ke-3 akan berpindah ke dompet voucher ke-4. Pada saat dompet voucher ke-4 terisi nominal ajuan pencairan voucher, admin universitas akan mendapatkan notifikasi dan menyiapkan dananya untuk diambil oleh penjual yang telah melakukan klik tombol *redeem* tersebut pada waktu yang telah ditentukan. Pada saat admin unimart.com memberikan uang kepada penjual sebagai hasil *redeem*, saat itu, admin kampus melakukan klik pada fitur *redeem* di akun admin kampus yang saat itu dilakukan pengosongan saldo nominal pada dompet voucher ke-4 dari akun mahasiswa penjual. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa siklus transaksi sejak pemesanan produk, pengiriman produk, pembayaran produk, sampai dengan pencairan hasil penjualan produk di *marketplace* unimart.com telah selesai.

Hasil penerapan unimart.com selama satu bulan dapat menunjukkan bahwa hasilnya cukup baik dalam hal perwujudan atmosfer kewirausahaan bagi civitas akademika dan secara finansial bagi civitas akademika. Hal itu ditunjukkan rata-rata

omzet transaksi antar civitas akademika selama setahun rata-rata sebesar satu juta. Misalnya, pada bulan Juli 2021, transaksi yang terjadi adalah sebesar Rp2.998.000,00 dan dapat diketahui data civitas akademika yang aktif melakukan penjualan produk dan mahasiswa yang aktif membeli produk temannya.

| No | Nama Pembeli (NPM) | Status | Total Kuantitas | Jumlah |
|-------------------------------|---|---------|-----------------|------------------|
| B. STATUS | | | | |
| Dosen | | | | |
| No | Nama Pembeli (NPM) | Status | Total Kuantitas | Jumlah |
| 1 | Prayati (22345) | Membeli | 2 | 140.700 |
| 3 | Widhiyana Dewa, C. F., M.Si (112388191244878) | Membeli | 7 | 90.700 |
| Total Dosen Dosen | | | | 791.400 |
| C. STATUS | | | | |
| Mahasiswa | | | | |
| No | Nama Pembeli (NPM) | Status | Total Kuantitas | Jumlah |
| 1 | Alfa (090195089) | Membeli | 3 | 2.000.000 |
| Total Status Mahasiswa | | | | 2.190.000 |
| D. STATUS | | | | |
| Mahasiswa | | | | |

Gambar 9. Total Omzet Unimart.com pada Juli 2021

| No | Nama Pembeli (NPM) | Status | Total Kuantitas | Jumlah |
|-------------------------------|---|---------|-----------------|------------------|
| B. STATUS | | | | |
| Dosen | | | | |
| No | Nama Pembeli (NPM) | Status | Total Kuantitas | Jumlah |
| 1 | Prayati (22345) | Membeli | 2 | 140.700 |
| 3 | Widhiyana Dewa, C. F., M.Si (112388191244878) | Membeli | 7 | 90.700 |
| Total Dosen Dosen | | | | 791.400 |
| C. STATUS | | | | |
| Mahasiswa | | | | |
| No | Nama Pembeli (NPM) | Status | Total Kuantitas | Jumlah |
| 1 | Alfa (090195089) | Membeli | 3 | 2.000.000 |
| Total Status Mahasiswa | | | | 2.190.000 |
| D. STATUS | | | | |
| Mahasiswa | | | | |

Gambar 10. Data Kegiatan Transaksi Sivitas Akademika

Dengan adanya hasil tersebut, terbukti bahwa selama ini civitas akademika telah melakukan gerakan kewirausahaan dari sejak memilih produk yang akan dijual, melakukan pengemasan untuk difoto, penentuan harga pokok dan harga jual produk, dan pengunggahan produk di portal resmi kampus, dan lain-lain. Dari *big data*, dihasilkan informasi tentang jenis produk, mahasiswa yang aktif menghasilkan produk, mahasiswa dengan produk terlaris, dan lain-lain., Dari sisi pembeli bisa didapatkan informasi mengenai produk yang paling diminati oleh mahasiswa selaku pembeli, jenis produk yang diminati berbasis waktu, kisaran harga yang diminati, dan lain-lain.

SIMPULAN

Kemandirian ekonomi bangsa merupakan bagian dari kedaulatan bangsa yang menjadi tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat, tak terkecuali termasuk dunia akademik di pendidikan tinggi, karena perguruan tinggi berisikan dosen dan mahasiswa

yang merupakan generasi maju dalam hal berpikir dan bertindak. Kampus harus mampu menjadi pilar yang memberikan solusi permasalahan bangsa pada saat ini yang masih kurang dalam hal jumlah wirausaha yang dimiliki. Jumlah wirausaha yang rendah akan sangat memengaruhi kedaulatan bangsa, khususnya kedaulatan ekonominya. Tantangan lain yang muncul adalah bahwasannya kampus sebagai wahana pendidikan tinggi belum mampu menghasilkan lulusan yang memiliki jiwa wirausaha yang tangguh secara signifikan. Kurikulum yang dimiliki kampus di Indonesia masih harus terus disempurnakan apalagi menghadapi era revolusi industri 4.0 dan menghadapi generasi milenial yang pengelola kampus masih dipegang oleh generasi lama. Berdasarkan pengamatan dan hasil riset yang dilakukan, gerakan bedukmutu yang didukung *marketplace* unimmart.com untuk menggerakkan daya beli civitas akademika menghasilkan gerakan menjual yang massif. Gerakan menjual diawali dengan gerakan memproduksi. Gerakan bedukmutu dengan unimmart.com menjadi efektif saat didukung dengan teknologi informasi yang memadai sehingga generasi milenial merasa nyaman untuk mengembangkan dan melaksanakan kegiatan wirausahanya dan menjadi generasi tangguh wirausaha masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Masyarakat (LP3M)(Universitas Muhammadiyah Yogyakarta program Pembelajaran Pengabdian Masyarakat (SK no 031/PEN-LP3M/I/2020) yang telah mendukung dalam hal bimbingan dan pendanaan sejak disusunnya proposal pengabdian masyarakat ini sampai tersusunnya artikel pengabdian masyarakat ini.
2. Pimpinan Universitas Muhammadiyah Magelang dan segenap civitas akademika Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah mendukung dengan memfasilitasi sarana dan prasarana serta sumbang saran juga pemikiran pada penyusunan proposal dan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, terutama pada saat kegiatan *brainstorming* untuk mendapatkan ide pemikiran dan FGD untuk memunculkan desain hasil luaran pengabdian masyarakat ini
3. Pimpinan Ranting Muhammadiyah Kadipiro (Ir. Suhendro Trinugroho, MT, no NBM: 926170) yang ikut memberikan dukungan dan sumbang saran serta idenya untuk pengembangan desain aplikasi gerakan bedukmutu dan *marketplace* unimmart.com.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kumayi, Sulaiman. 2005. *Kearifan Spiritual dari Hamka ke Aa Gym*. Pustaka Nuun: Semarang.
- Alrubaiee, L. Alshaibi, H. dan Al-bayati, Y. 2012. "Relationship between B2B E-Commerce Benefits, E-Market-Place Usage and Supply Chain Management", *Global Journal of Management and Business Research*, Vol. 12, No. 9, 22-36.
- Crocodic.com, "Kenali Perbedaan Mendasar Website E-Commerce dan Marketplace", <http://crocodic.com/kenali-perbedaan-mendasar-website-e-commerce-dan-marketplace/>, diakses 08 September 2019.
- Drucker, Peter F. 2007. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Fatbit.com, "Clone Worthy Script Features to Create P2P Handmade and Unique Goods Marketplace", <https://www.fatbit.com/fab/clone-worthy-script-features-create-unique-p2p-handmade-goods-marketplace/>, diakses 08 September 2019.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. 1992. *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Second Edition. Homewood, IL: Irwin.
- Hisrich, Robert. D, Peters, Michael P., Sheperd, Dean A. 2005. *Entrepreneurship 6 ed. Boston, MA: McGraw-Hill Irwin*.2.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. 2019. "Outlook Perekonomian Paruh Kedua 2019: Ekonomi Tetap Tumbuh Stabil dan Berkualitas di Tengah Ketidakpastian Global", <https://ekon.go.id/berita/view/outlook-perekonomian-paruh.4839.html>, diakses pada 08 September 2019.
- Khasali, Rhenald. 2017. "Meluruskan Pemahaman soal "Disruption", <https://money.kompas.com/read/2017/05/05/073000626/meluruskan.pemahaman.soal.disruption.?page=all>, diakses pada 05 Mei 2017.
- Martin, E. Wainright. Brown, Carol V. DeHayes, Daniel W., Hoffer Jeffrey A, Perkins, William C. 2005. *Managing Information Technology: International Edition*. Pearson Publishing.
- McKeown, Patrick. 2001. *Information Technology and The Networked Economy*. Harcourt: Orlando
- Morris, M.H, Lewis, P.S. & Sexton, D.L. 1994. Reconceptualizing Entrepreneurship: An Input-Output Perspective. *Sam Advanced Management Journal*, Vol. 59, No. 1, 21-31.
- Siswoyo, B.B. 2006. Strategi Pengembangan Usaha Kecil. Seminar Ekonomi Indonesia 2006 di Blitar 8 Maret 2006.
- Susilaningsih. 2015. Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi: Pentingkah Untuk Semua Profesi. FKIP Universitas Sebelas Maret Surakarta. Prosiding Seminar.
- Williams, Brian K.; Sawyer, Stacey C. 2005. Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers and Communications: Complete Version. New York: McGraw-Hill Technology Education.