

Peningkatan Pemahaman Penggunaan Marketplace Melalui Sosialisasi Pada Anak Usia Dasar dan Remaja

Rizal Furqan Ramadhan^{1*}

1) Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

*Corresponding author

Email: rizalfurqann@gmail.com

Abstrak

Marketplace merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan perantara smartphone. Era saat ini penggunaan marketplace memiliki dampak positif maupun negatif. Kedua dampak tersebut begitu berbahaya dan merugikan apabila anak usia dasar dan remaja menggunakan atau mengoperasikan marketplace tanpa memiliki pemahaman yang cukup. Dengan adanya pernyataan tersebut perlu diadakan sebuah kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada para peserta yang terdiri dari anak usia dasar dan remaja supaya mengetahui batasan-batasan yang dalam pengoperasian penggunaan marketplace. Metode pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan ini menggunakan teknik ABCD yang terdiri dari Asset reinventing, Designing, Communicating, Implementing, dan Evaluating. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 20 peserta dengan narasumber yang sesuai dengan kompetensinya yakni menguasai pada bidang pendidikan dan ekonomi digital. Sebelum dilaksanakan kegiatan sosialisasi, para peserta mengisi kuisioner dalam bentuk pertanyaan terkait dengan marketplace kemudian setelah sosialisasipun peserta juga mengisi kuisioner untuk mengukur persentase pemahaman peserta. Hasil kuisioner menghasilkan persentase dari 43% menjadi 68% sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi ini berjalan lancar sesuai dengan tujuan awal.

Kata Kunci: Marketplace, Remaja, Sosialisasi, Usia Dasar

Abstract

Marketplace is an application that can make buying and selling transactions using a smartphone intermediary. In the current era, using marketplaces has both positive and negative impacts. Both impacts are hazardous and detrimental if elementary-aged children and adolescents use or operate a marketplace without sufficient understanding. With this statement, it is necessary to hold a socialization activity that aims to provide an experience to participants consisting of elementary-age children and adolescents so that they know the limitations of using the marketplace. The community service method in this activity uses the ABCD technique, which consists of Reinventing, Designing, Communicating, Implementing, and Evaluating Assets. Twenty participants with speakers attended this community service activity following their competencies, namely mastering education and the digital economy. Before the socialization activities were carried out, the participants filled out a questionnaire in the form of questions related to the marketplace. After the socialization, the participants also filled out a questionnaire to measure the percentage of participants' understanding. The questionnaire results yielded a rate from 43% to 68%, so the socialization activities ran smoothly according to their initial objectives.

Keywords: Elementary Age, Marketplace, Socialization, Youth

Article History

Received: 15 Januari 2024

Accepted: 30 Januari 2024

PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli online menjadi sebuah aktifitas yang tidak dapat ditinggalkan oleh mayoritas orang. Berbagai kemudahan yang disajikan dalam berbagai aplikasi jual beli sangat mempermudah para pegiat jual beli online dalam melakukan kegiatan transaksi. Kemudahan dari sisi penggunaan, tampilan yang menarik serta jangkauan pasar yang tidak terbatas merupakan beberapa bagian dari kelebihan aplikasi jual beli. Aplikasi jual beli online sering disebut dengan *marketplace*. Marketplace sudah sering dikenal berbagai usia bahkan kalangan anak usia dasar dan remaja.

Pengoperasian *marketplace* yang mudah atau dapat diakses menggunakan media *smartphone* terkadang membuat beberapa orang salah dalam penggunaan. Penyalahgunaan *marketplace* dapat ditimbulkan oleh anak usia dasar yang belum begitu mengetahui mengenai teknik transaksi yang dilakukan pada *marketplace*. Transaksi yang dilakukan oleh anak usia dasar tanpa adanya pendampingan orang tua dapat merugikan pihak orang tua dari sisi finansial.

Sosialisasi mengenai penggunaan serta dampak positif dan negatif dari adanya *marketplace* perlu dilakukan dengan partisipan anak usia dasar dan remaja. Kedua partisipan ini dianggap masuk pada generasi yang dekat dan terbiasa dengan teknologi sehingga ketika tumbuh dewasa tidak melakukan penyalahgunaan dalam bertransaksi online menggunakan *marketplace*.

TINJAUAN PUSTAKA

Sosialisasi merupakan kegiatan yang berfungsi untuk memberikan pengetahuan kepada para partisipan (Haryadi et al., 2021) (Ramadhan & Amalia, 2023) (Ramadhan & Setiawan, 2023). Sosialisasi merupakan bentuk penyuluhan yang tidak fokus hanya pada satu bidang saja namun juga banyak bidang (Furqan Ramadhan, 2023). Sosialisasi adalah suatu metode pembelajaran untuk mendapatkan pengetahuan mengenai norma dan nilai supaya dapat ikut serta sebagai anggota kelompok masyarakat (Laila, 2022). Sosialisasi juga dapat digunakan untuk meminimalisir bahaya tertentu yang dapat menimpa seseorang (Ridwan et al., 2021). Manfaat sosialisasi salah satunya adalah dapat menumbuhkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap permasalahan yang dikaji (Ardiputra, 2022).

Marketplace adalah platform jual beli online yang banyak dioperasikan oleh para pegiat belanja online (Rizal & Selvia, 2023). Pengguna *marketplace* rata-rata para generasi Z yakni generasi yang paling dekat dengan adanya sebuah teknologi (Rizal & Huda, 2023). *Marketplace* merupakan sebuah tempat yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk secara elektronik yang dapat mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Rahmawati et al., 2021). *Marketplace* merupakan adalah sistem informasi yang melakukan kegiatan bertukar barang, layanan, uang atau informasi antara pembeli dengan penjualan secara online (Surahman et al., 2020).

METODE PELAKSANAAN

Metode menggambarkan apa yang telah dilakukan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode penelitian ABCD. Teknik ABCD merupakan kepanjangan dari *Asset Based Community Development*. Metode *Asset Based Community Development* terdiri dari beberapa tahapan antara lain (1) *Asset reinventing* melalui pengumpulan data (observasi dan *Focus Group Discussion*/diskusi kelompok terarah); (2) *Designing* (merancang jenis kegiatan); (3) *Communicating* (sosialisasi kegiatan kepada calon penerima manfaat); (4) *Implementing*, (Pelaksanaan Kegiatan dalam format ceramah dan tanya jawab); dan (5) *Evaluating* (Evaluasi Kegiatan) (Santoso et al., 2022). Metode ABCD merupakan metode yang sesuai dan cocok digunakan dalam aktivitas pemberdayaan masyarakat, khususnya pada kegiatan yang menitikberatkan pada pembekalan atau sosialisasi kepada masyarakat untuk memahami apa yang menjadi kendala untuk meraih kehidupan sosial yang lebih baik (Al-Kautsari, 2019). Pada kegiatan pengabdian ini yang bentuk sosialisasi akan menerapkan metode ABCD dengan tahapan-tahapan tersebut.



Gambar 1. Metode Pengabdian ABCD

Berdasarkan pada Gambar 1, tahapan pertama yang dilakukan adalah observasi mengenai partisipan serta diskusi terkait dengan lokasi yang sesuai untuk dijadikan sasaran pengabdian kepada masyarakat (*asset reinventing*). Sasaran pengabdian kepada masyarakat adalah anak usia dasar dan remaja yang terletak di Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek. Daerah ini terletak di Kabupaten Trenggalek yang paling ujung barat sehingga hampir mendekati daerah Ponorogo dan termasuk wilayah yang cukup jauh dengan pusat keramaian kota sehingga dianggap perlu mengadakan sosialisasi dengan topik *marketplace*.

Tahapan selanjutnya adalah merancang bentuk kegiatan pengabdian yang diadakan (*designing*). Bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan teknik sosialisasi atau penyuluhan dengan model ceramah. Selain dalam kegiatan pengabdian juga dirancang dengan menambahkan sesi tanya jawab antara narasumber dan para partisipan. Diharapkan dengan adanya tanya jawab dapat menjadi umpan balik (*feed back*) bagi para partisipan.

Tahapan selanjutnya adalah penyampaian materi (*communicating*) mengenai *marketplace* kepada para partisipan dengan jumlah 20 peserta. Narasumber menyampaikan materi sebanyak dua pertemuan. Pertemuan pertama penyampaian mengenai dampak penggunaan *smartphone* bagi anak usia dasar dan remaja. Kemudian pada pertemuan kedua materi yang disampaikan mengenai dampak penggunaan *marketplace* serta berbagai sisi positif dan negatifnya.

Penerapan materi yang disampaikan oleh narasumber (*implementing*) dengan cara melihat dan mengamati perkembangan para peserta setelah mengikuti sosialisasi. Perkembangan para partisipan dalam

menggunakan marketplace dapat diamati dengan cara meraih informasi dari para orang tuanya. Orang tua sebagai pendamping terdekat para partisipan dalam kehidupan sehari-hari dapat menjadi mitra kerjasama tim pengabdian untuk mempermudah pelaksanaan dari kegiatan ini.

Tahapan terakhir merupakan evaluasi dari kegiatan sosialisasi (*evaluating*). Pada tahapan ini dilakukan evaluasi dengan cara tiga tahap. Tahap pertama pada saat sosialisasi dengan tanya jawab sebagai bentuk umpan balik (*feed back*) yang bertujuan mengukur tingkat pemahaman partisipan. Tahap kedua dilakukan setelah sosialisasi dengan cara wawancara dengan beberapa partisipan terkait dengan penggunaan marketplace supaya tidak disalahgunakan sekaligus wawancara dengan beberapa orang tua partisipan. Tahap ketiga adalah menghitung persentase pemahaman peserta berdasarkan kuisisioner yang diisi oleh partisipan sebelum menerima materi sosialisasi dan setelah menerima materi sosialisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Pucanganak, Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek. Peserta yang dilibatkan sejumlah 20 orang yang terdiri dari anak usia dasar dan remaja. Narasumber yang dilibatkan pada kegiatan pengabdian adalah pakar dalam bidang pendidikan dan ekonomi digital.

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pelaksana melakukan observasi kepada beberapa anak usia dasar dan remaja di wilayah kecamatan Tugu. Dari beberapa anak yang diwawancarai ternyata masih belum memahami mengenai dampak positif dan negatif sebuah marketplace sehingga dari wawancara tersebut dapat diambil sedikit kesimpulan perlunya diadakan sebuah sosialisasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk sosialisasi diadakan sebanyak dua kali pertemuan. Pertemuan pertama membahas mengenai dampak penggunaan smartphone. Sedangkan pada pertemuan kedua membahas mengenai dampak penggunaan marketplace. Kedua rincian materi sesuai pada Tabel 1.

Tabel 1. Materi Pengabdian kepada Masyarakat

No	Materi	Keterangan
1	Dampak Penggunaan Smartphone: - Pengertian - Fungsi Smartphone - Jenis-jenis smartphone dari zaman ke zaman - Tanya jawab materi	Pertemuan Pertama
2	Dampak Penggunaan Marketplace: - Konsep transaksi online - Perkembangan marketplace - Dampak positif dan negatif penggunaan marketplace - Tanya Jawab Materi	Pertemuan Kedua

Berdasarkan Tabel 1, materi yang tertera disampaikan oleh narasumber dengan bahasa yang sesuai dengan karakter partisipan antara anak usia dasar dan remaja. Pelaksanaan pengabdian diawali dengan partisipan mengisi daftar hadir kemudian masuk ke tempat sosialisasi kemudian diakhiri dengan tanya jawab dan penerimaan konsumsi.



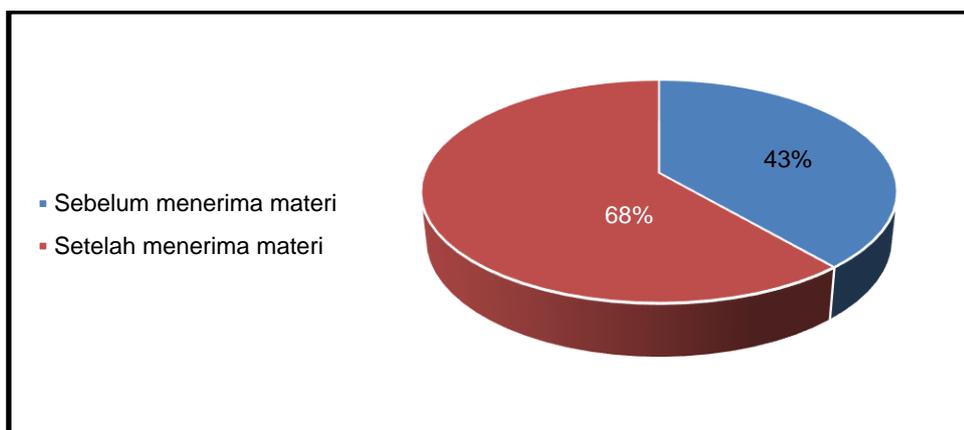
Gambar 1. Peserta mengisi daftar hadir

Para partisipan cukup antusias dengan materi yang disampaikan oleh narasumber, dengan bahasa yang mudah dimengerti serta komunikatif membuat para peserta aktif pada kegiatan sosialisasi di hari pertama dan kedua.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi 2 Pertemuan

Sebelum materi disampaikan oleh narasumber, terlebih dahulu para partisipan diberikan kuisisioner yang berisi pertanyaan mengenai dampak *smartphone* dan *marketplace*. Kemudian diakhir materi, para peserta juga diberikan kuisisioner untuk diisi kembali kemudian dihitung persentase untuk mengukur tingkat pemahaman partisipan.



Gambar 3. Diagram Responden

Tahapan pasca pelaksanaan sosialisasi selain mengamati persentase dari kuisisioner yang diisi oleh para peserta adalah wawancara dengan para orang tua partisipan. Dari beberapa orang tua yang telah diwawancarai memberikan informasi bahwa pemahaman para partisipan meningkat sebelum menerima materi sosialisasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan sosialisasi mulai dari tahap *asset reinventing* sampai pada evaluasi, kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Pada tahap evaluasi para partisipan atau peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan dari 43% ke 68%. Persentase tersebut menambah berjalan suksesnya pelaksanaan sosialisasi. Dengan adanya sosialisasi mengenai dampak positif dan negatif *marketplace* dapat menambah wawasan para anak usia dasar dan remaja supaya mengetahui dan memahami adanya aplikasi yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online. Tim pengabdian juga masih menganggap bahwa informasi pada jurnal ini masih terdapat kesalahan sehingga dibutuhkan saran atau masukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas dana pengabdian masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahamtullah Tulungagung.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Kautsari, M. M. (2019). *Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat. Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259–278.

- Ardiputra, S. (2022). Sosialisasi dan edukasi manfaat penanaman bakau di desa panyampa kecamatan campalagian kabupaten polewali mandar. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 283–289.
- Furqan Ramadhan, R. (2023). Penyuluhan Isra' dan Mi'raj sebagai Upaya Menumbuhkan Kecintaan kepada Rasulullah SAW kepada Anak. *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 66–73. <https://doi.org/10.24252/khidmah.v3i2.38076>
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10–16.
- Laia, B. (2022). Sosialisasi dampak kegiatan kuliah kerja nyata di desa (studi: Desa Sirofi). *Haga: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 74–84.
- Rahmawati, F., Rekha, A., & Pamungkas, M. D. (2021). Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Pada Masa Pandemi di Desa Salamkanci. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2(2), 280–286.
- Ramadhan, R. F., & Amalia, L. F. (2023). Pembekalan dan Sosialisasi Pentingnya Pendidikan Tinggi Bagi Generasi Z di Era 5.0. *Journal of Research Applications in Community Service*, 2(2), 59–65.
- Ramadhan, R. F., & Setiawan, D. (2023). Pelatihan dan Sosialisasi Digitalisasi Ekonomi Pada Generasi Z Sebagai Upaya Untuk Menghadapi Era Industri 4.0: Training and Socialization of Economic Digitalization in Generation Z as an Effort to Face the Industrial Age 4.0. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 918–924. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5506>
- Ridwan, A., Susanto, S., Winarno, S., Setianto, Y. C., Gardjito, E., & Siswanto, E. (2021). Sosialisasi Pentingnya Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Pada Karyawan Pabrik Semen Tuban. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 36–41.
- Rizal, R. F. R., & Huda, M. N. H. (2023). Rancang Bangun Decision Support System Pemilihan Marketplace Menggunakan Metode Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis. *Informasi Interaktif: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 8(2).
- Rizal, R. F. R., & Selvia, S. F. K. (2023). Rancang Bangun Sistem Pemilihan Platform Jual Beli Online Menggunakan Metode Promethee: Design of An Online Buying Platform Selection System Using The Promethee Method. *Jurnal Sistem Informasi Dan Bisnis Cerdas*, 16(2), 91–100. <https://doi.org/10.33005/sibc.v16i2.24>
- Santoso, B., Ardiansyah, A., Pusnita, I., & Havivi, S. L. (2022). Upaya penguatan ketahanan sosial budaya masyarakat melalui literasi digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(3), 436–446.
- Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Ekstraksi Data Produk E-Marketplace Sebagai Strategi Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 9(1), 73–81.