

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Umum Tadris IPA

Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) merupakan kampus negeri di kabupaten Kudus yang berlokasi di Jalan Conge Ngembalrejo Bae, Kudus, Jawa Tengah PO BOX 51. Visi IAIN Kudus yaitu untuk menjadi perguruan tinggi Islam unggul di bidang pengembangan ilmu Islam terapan serta misi menyelenggarakan Tri Dharma perguruan tinggi untuk menghasilkan sarjana dengan keilmuan Islam yang humanis, aplikatif dan produktif. Tri Dharma Perguruan Tinggi yang pertama ialah Pendidikan dan pengajaran, kedua, penelitian dan ketiga pengabdian kepada masyarakat.

Program Studi Tadris IPA IAIN Kudus berdiri sejak tahun 2017. Tadris Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) adalah salah satu program studi di Institut Agama Islam Negeri Kudus yang memfokuskan alumni atau lulusannya untuk menjadi tenaga pendidik mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam pada satuan pendidikan MTs/SMP. Selain menjadi guru atau tenaga pendidik, lulusan Tadris IPA IAIN Kudus juga dapat menjadi seorang *entrepreneurship*. Dalam kurikulum program studi Tadris IPA IAIN Kudus terdapat mata kuliah *Science Entrepreneur* yang didapatkan mahasiswa pada semester 5 untuk mendapatkan materi tentang kewirausahaan.

Profil lulusan program studi Tadris IPA adalah :

- a. Tenaga pendidik IPA
- b. Pengembang bahan ajar IPA
- c. Pengelola laboratorium IPA
- d. Peneliti pemula
- e. Enterpreneur di bidang IPA (*Science Entrepreneur*)

Visi Program Studi Tadris IPA IAIN Kudus adalah menjadi program studi yang unggul dan kompetitif dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pendidikan IPA dan berorientasi pada penguasaan keterampilan abad ke-21, serta berwawasan Islam Terapan yang humanis, aplikatif dan produktif.

Mahasiswa Tadris IPA IAIN Kudus difokuskan untuk menjadi tenaga pendidik, pengembang bahan ajar, pengelola laboratorium, peneliti pemula dan enterpreneur. Mahasiswa yang mendapatkan atau sudah lulus mengikuti mata kuliah *Science Entrepreneurship* banyak yang membangun bisnis online dengan berbagai faktor. Salahsatu contoh faktor mahasiswa membangun bisnis online adalah keinginan untuk hidup lebih mandiri, dorongan orang tua, dan keinginan lainnya.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Fenomenologi Mahasiswa Tadris IPA Membangun Bisnis Online

a. Pengalaman Mahasiswa Berbisnis Online

Fenomenologi dapat diartikan sebagai gejala atau sesuatu yang tampak. Fenomenologi secara umum dikenal sebagai pendekatan yang digunakan untuk memahami berbagai gejala fenomena sosial dalam lingkungan masyarakat. Pendekatan fenomenologi berevolusi dari metode penelitian kualitatif. Fokus umum dari pendekatan fenomenologi adalah untuk mempelajari atau memeriksa pengalaman dalam kesadaran manusia.¹

Dengan berbisnis online, mahasiswa Tadris IPA bisa memiliki keuntungan sendiri dengan menjual berbagai jenis produk yang dibuat maupun menjual ulang sebuah produk. Bisnis online memiliki cara pemasaran yang cukup mudah, hanya dengan memanfaatkan media sosial yang ada, mahasiswa dapat mudah untuk mempromosikan produknya. Terlebih jika produk sudah memiliki testimoni akan lebih mudah untuk memasarkan produk dan akan membuat respon positif di mata calon konsumen. Sehingga membuat orang lain tertarik untuk membelinya.²

Mahasiswa Tadris IPA banyak yang membangun bisnis online adalah suatu hal yang wajar. Karena didalam kurikulum Tadris IPA terdapat mata kuliah wajib *Science Entrepreneurship*, yang dimana mahasiswa dapat belajar tentang berwirausaha. Selain mata kuliah tersebut, mahasiswa juga dapat belajar cara membuat sebuah produk dengan kreativitas masing masing. Dari 36 narasumber mengatakan mengikuti mata kuliah *Science Entrepreneur* membuat mahasiswa mendapatkan arahan serta motivasi untuk membangun bisnis online sesuai dengan minat yang diinginkan. Berikut adalah hasil wawancara dari mahasiswa Tadris IPA.

“Melihat banyaknya teman teman mahasiswa Tadris IPA yang membangun bisnis online, saya juga ikut senang. Karena mereka sudah berani mandiri terutama dalam bidang finansial. Meskipun masih dalam tahap start-up atau baru memulai. Setidaknya mereka sudah berani mencoba.

¹ Budiarko, Ardin Alfaruk. "Fenomenologi Mahasiswa Sebagai Entrepreneur Di Kota Pekanbaru (Teori Fenomenologi Alfred Schutz)." PhD diss., Universitas Islam Riau, 2021.

² Kartika Sari Lubis, *Intensi Mahasiswa STIM Sukma Berbisnis Online Sejak Pandemi Covid-19: 2020*

Meskipun juga bersaing dalam bisnis, tapi juga dapat menjadi partner untuk bekerja sama”³

Untuk memperkuat argumentasi serta membandingkan. Berikut adalah hasil wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA lainnya.

*“Bagi saya, dengan berbisnis online berarti memanfaatkan kemajuan teknologi dengan baik. Dan tentang mahasiswa Tadris IPA yang membangun bisnis online. Bagi saya memang hal yang lumrah apalagi setelah mendapat mata kuliah *Science Entrepreneurship* yang didapatkan mahasiswa Tadris IPA yang bisa dimanfaatkan untuk berbisnis online dengan membuat produk berbasis sains berupa makanan maupun produk fashion.”*⁴

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Tadris IPA mendapat ilmu tambahan yang sangat bermanfaat setelah mengikuti mata kuliah *Science Entrepreneurship*. Hubungan antar mahasiswa Tadris IPA juga dapat dikatakan sangat baik hingga bisa menjadi partner bisnis.

b. Sikap Mahasiswa Tadris IPA

Sikap adalah keadaan kesiapan mental dan saraf yang diatur secara pengalaman yang secara dinamis atau langsung memengaruhi respons individu terhadap semua objek dan situasi yang terkait. Salah satu sikap pribadi dalam berwirausaha adalah salah satu faktor yang mempengaruhi intensi. Dalam berwirausaha, dapat diawali dengan memiliki kemauan atau niat yang benar, karena setiap perilaku atau tindakan didahului oleh tujuan atau niat yang benar. Niat diasumsikan sebagai faktor motivasi yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang, sebagai indikasi seberapa keras seseorang berusaha dan seberapa besar usaha yang dikeluarkan untuk berperilaku.⁵

Mahasiswa membangun bisnis online sudah menjadi hal yang wajar dan semua didasari oleh beberapa faktor yang melatarbelakangi mahasiswa sehingga mendorong mahasiswa Tadris IPA untuk berbisnis online. Dengan mengikuti mata kuliah *Science Entrepreneurship*, mahasiswa IPA dapat meningkatkan *skill* atau hobi berbisnis. Banyaknya relasi atau teman sesama mahasiswa, membuat mahasiswa Tadris IPA lebih mudah untuk menjangkau

³ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, wawancara 1, transkrip.

⁴ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, 17 Oktober 2022

⁵ Pratana, Nadin Kalista, and Margunani Margunani. "Pengaruh Sikap Berwirausaha, Norma Subjektif Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha." *Economic Education Analysis Journal* 8, no. 2 (2019): 533-550.

pasaran dan bekerja sama antar sesama mahasiswa. Berikut adalah hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa Tadris IPA :

“Saya sangat bangga melihat teman teman saya juga berbisnis, sehingga kita dapat saling bekerja sama dan saling melengkapi. Ditambah lagi jika usaha masing masing teman saling berkaitan dan sama sama membutuhkan”⁶

“Saya sudah membangun bisnis sendiri, dan saya juga senang dengan berbisnis online. Dengan memanfaatkan waktu dengan baik serta memanfaatkan kemajuan teknologi dengan benar. Kita dapat berbisnis online hingga hasilnya dapat digunakan untuk membiayai kuliah. Bahkan melalui media sosial kita juga dapat menambah teman untuk saling membantu, dan tidak hanya antar mahasiswa yang dapat dijadikan partner bisnis. Bagi saya teman mahasiswa berperan untuk menambah relasi atau privilege networking”⁷

Dari hasil wawancara mengenai sikap mahasiswa terhadap fenomenologi mahasiswa Tadris IPA membangun bisnis online, dapat diketahui bahwa masing masing mahasiswa Tadris IPA yang membangun bisnis online dapat melengkapi kebutuhan dalam berbisnis dan bisa diajak untuk saling bekerja sama. Untuk memperkuat hasil dari wawancara, peneliti menggunakan kuesioner dan mendapatkan responden dengan hasil pada tabel 4.2 :

Tabel 4.1

Sikap mahasiswa terhadap bisnis online			
Sangat Tidak Senang	Tidak Senang	Senang	Sangat Senang
0 (0%)	0 (0%)	16 (48.5%)	17 (51.5%)

Dari tabel 4.2, dapat dilihat bahwa mahasiswa Tadris IPA banyak yang memberikan respon positif untuk berbisnis online dan saling membantu dan bekerja sama dalam berbisnis. Banyaknya relasi atau teman dapat memudahkan mahasiswa untuk mengembangkan bisnisnya agar lebih maju. Sikap tersebut tentunya menjadi hal yang

⁶ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, 17 Oktober 2022, wawancara 2, transkrip.

⁷ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, transkrip.

sangat diharapkan, karena dengan adanya berbagai macam dukungan bisa membuat mahasiswa lebih lancar dalam menjalankan bisnis yang digelutinya.

c. Kurikulum Tadris IPA dan Mata Kuliah *Science Entrepreneurship*

Dalam kurikulum Tadris IPA IAIN Kudus terdapat mata kuliah wajib *Science Entrepreneurship* yang mempelajari tentang kewirausahaan. Mata kuliah tersebut wajib diikuti oleh mahasiswa Tadris IPA di semester 6. Mata kuliah *Science Entrepreneurship* tidak hanya melatih mahasiswa untuk berwirausaha, tetapi mahasiswa Tadris IPA mempelajari cara menjadi seorang *Entrepreneur* yang berpikir kritis. Materi didalam mata kuliah ini juga melatih mahasiswa untuk membuat produk yang baik dan layak untuk dipasarkan. Berikut adalah wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA :

*“Yang saya dapatkan setelah mengikuti mata kuliah Science Entrepreneur karena banyak mendapatkan teori dan berbagai macam materi, dimana teori teori tersebut mungkin dapat kita implementasikan untuk saat ini atau suatu saat nanti”.*⁸

*“Ketika mengikuti mata kuliah Science Entrepreneurship, saya mendapat ilmu yang sangat bermanfaat. Dimulai dari cara membuat produk, mengatur strategi bisnis yang baik. Karena sebelumnya saya hanya berpikir untuk menentukan harga dan keuntungan yang harus didapat. Padahal aslinya banyak sekali materi yang harus dipraktekkan”*⁹

Berikut adalah data hasil dari kuesioner mengenai mata kuliah *Science Entrepreneurship* yang wajib diikuti oleh mahasiswa Tadris IPA tabel 4.3.

Tabel 4.2

Pendapat mahasiswa Tadris IPA tentang adanya mata kuliah <i>Science Entrepreneurship</i>			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
0 (0%)	1 (3%)	20 (60.6 %)	12 (36.4%)

⁸Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, wawancara 3, transkrip.

⁹Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis

Dari hasil data pada tabel 3 dapat disimpulkan bahwa banyak mahasiswa Tadris IPA yang berminat untuk membangun bisnis online dengan mengikuti mata kuliah *Science Entrepreneurship* yang didapatkan ketika semester 6 dalam kurikulum Tadris IPA IAIN Kudus. Didalam mata kuliah *Science Entrepreneur* mahasiswa Tadris IPA dapat belajar tentang ilmu dasar kewirausahaan dan dapat menerapkannya dengan cara membuka bisnis online. Terdapat juga mata kuliah yang mengajarkan mahasiswa untuk membuat sebuah produk sendiri secara ilmiah seperti fermentasi untuk pembuatan minuman yogurt, tempe, tape atau yang lainnya. Maka mahasiswa dapat membuat produknya sendiri untuk dipasarkan dengan mempraktekan apa yang telah dipelajari dari mengikuti mata kuliah *Science Entrepreneurship*.

2. Motif Mahasiswa Tadris IPA Membangun Bisnis Online

a. Motif

Motif dapat diartikan sebagai daya atau upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sebuah kegiatan atau aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Dari kata “motif”, maka motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang sudah aktif. Motivasi akan bergerak ketika kebutuhan mencapai tujuan sangat dirasakan/mendesak. Motif pada manusia timbul karena adanya ketidakseimbangan dalam diri individu. Sehingga akan menimbulkan kebutuhan yang harus segera dipenuhi sehingga terjadi keseimbangan atau *homeostatis*.¹⁰

Ketertarikan untuk membangun bisnis online didasari dengan berbagai motif atau dorongan. Skill dan hobi berjualan juga dapat mendasari mahasiswa Tadris IPA untuk membangun bisnis online. Berbagai macam dorongan mulai dari diri sendiri maupun dorongan dari orang tua juga melatarbelakangi mahasiswa Tadris IPA untuk membangun bisnis online. Motif karena dorongan dari orang tua biasa muncul karena tuntutan. Dengan berbisnis online membuat mahasiswa Tadris IPA juga mempunyai harapan untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru guna mensejahterakan masyarakat sekitar.

Dengan memanfaatkan waktu luang disela kegiatan perkuliahan, mahasiswa Tadris IPA dapat membuat sebuah produk inovatif dan terbaru karena beberapa mata kuliah dalam program studi Tadris IPA mempelajari atau praktik untuk membuat sebuah produk dengan kreativitas

¹⁰ Dilianti, Dilianti. "Motif mahasiswa sebagai reseller dalam wirausaha online: studi pada mahasiswa prodi PMI dan BKI FDIK UIN Mataram 2020/2021." PhD diss., UIN Mataram, 2021.

mahasiswa sehingga dapat dijual. Bisnis online tidak harus terlalu fokus dengan target, tetapi bisa sebagai sampingan mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis online sehingga membuat mahasiswa lebih mandiri. Berikut adalah wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA :

“Saya membangun bisnis online karena keputusan dari saya sendiri. Karena juga sudah menjadi hobi saya sedari masih SMA, dan saya yang bertanggung jawab penuh atas yang saya pilih termasuk bisnis online. Jadi bukan karena orang tua atau siapa siapa, tapi dari diri saya sendiri. Dan harapannya saya dapat membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain”¹¹

“Saya membangun bisnis online karena keinginan dari diri saya sendiri. Yang dulunya awalnya cuma iseng jualan skincare dengan menjadi reseller, dan ternyata sangat menyenangkan karena bisa mendapatkan penghasilan sendiri. Atau atas dasar keinginan saya untuk membantu perekonomian keluarga”¹²

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa mahasiswa yang membangun bisnis online mempunyai berbagai alasan sehingga membuat dirinya untuk berbisnis. Berbagai macam motif seperti skill dan hobi dapat mendorong mahasiswa Tadris IPA untuk membangun bisnis. Keinginan untuk membanggakan kedua orang tua dan ingin hidup lebih mandiri menjadi alasan mahasiswa Tadris IPA membangun bisnis online.

Berikut adalah hasil dari kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui motif mahasiswa Tadris IPA membangun bisnis online karena hobi atau skill berbisnis, berikut adalah tabel 4.4.

Tabel 4.3

Alasan mahasiswa Tadris IPA membangun bisnis karena keinginan dari diri sendiri			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
0 (0%)	6 (18.2%)	15 (45.5%)	12 (36.4%)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa sebanyak 6 mahasiswa tidak setuju dengan motif mendirikan bisnis

¹¹ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, wawancara 4, transkrip.

¹² Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, transkrip.

online karena adanya hobi atau skill yang melatarbelakangi mahasiswa Tadris IPA untuk berbisnis.

b. Dorongan

Dorongan merupakan rangsangan atau pembangkit tenaga untuk melakukan sesuatu. Terutama dalam berbisnis berbagai macam dorongan dapat menjadi latar belakang seseorang untuk berambisi dalam proses mencapai tujuan hidupnya. Minat untuk berbisnis sudah menjadi tanggung jawab sendiri untuk pelaku usaha dan cenderung tidak ingin melibatkan orang tua dalam bisnisnya. Dorongan orang tua juga menjadi salah satu faktor seseorang untuk mendirikan atau meneruskan bisnis dari orang tuanya.

Dorongan untuk berbisnis dari orang tua sudah menjadi hal yang wajar untuk anak dengan berbagai macam alasan. Dorongan dari orang tua dapat berbentuk seperti melatih anak untuk mempunyai jiwa kepemimpinan yang baik. Peranan orang tua juga sangat penting untuk anak mencapai keinginannya.¹³ Berikut adalah hasil wawancara tentang dorongan mahasiswa untuk berbisnis online :

“Keinginan untuk membangun bisnis juga berasal dari dorongan kedua orang tua saya sedari dulu. Meskipun dulu saya tidak berminat untuk berbisnis, akan tetapi lama kelamaan saya menjadi sangat tertarik dalam dunia bisnis. Dan lebih bagusnya saya mendapat dukungan dari orang tua”¹⁴

“Saya membangun bisnis dimulai dari menjadi affliator, karena saya menjadi mahasiswa perantau dan belum tentu bisa membuat produk sendiri di kost. Ditambah dengan keinginan orang tua yang ingin saya hidup lebih mandiri. Dengan menjadi affliator saya bisa mendapat penghasilan tambahan tanpa harus membuat sebuah produk”¹⁵

Dari hasil wawancara, peneliti dapat mengetahui berbagai macam dorongan dari orang tua agar anak menjadi berminat untuk berbisnis. Terlebih ketika anak merasa ingin hidup lebih mandiri membuat anak menjadi lebih berpikir mencari cara untuk dapat lebih mandiri dalam kehidupannya. Untuk memperkuat wawancara, peneliti menggunakan data kuesioner dengan tabel 4.5.

¹³ Martha, Jefry Aulia, Rachmad Hidayat, Andy Prasetyo Wati, and Nur Khulfi Mahwanda Sari. "Keterlibatan Orang Tua Dalam Menumbuhkan Minat Anak Untuk Melanjutkan Bisnis Keluarga." *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 9, no. 1 (2021): 26-41.

¹⁴ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, 17 Oktober 2022, wawancara 5, transkrip.

¹⁵ Siti Khotijah, wawancara oleh penulis,

Tabel 4.4

Mahasiswa membangun bisnis karena dorongan dari orang tua			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
5 (15.2%)	13 (39.4%)	11 (33.3%)	4 (12.1%)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah mahasiswa Tadris IPA yang membuka bisnisnya karena dorongan dari orang tua dengan yang dari keinginan diri sendiri hampir setara. Karena ketertarikan untuk membangun bisnis didasar oleh keinginan dari diri sendiri dan orang tua berperan sebagai pendorong atau pendukung.

c. Menciptakan Lapangan Pekerjaan

Salah satu faktor majunya suatu negara dapat dilihat dari banyaknya wirausahawan yang ada di negara tersebut. Semakin banyak wirausahawan, maka semakin besar harapan masyarakat untuk memperoleh pekerjaan sesuai keahlian. Dengan terciptanya lapangan pekerjaan akan mengurangi tingkat pengangguran di suatu negara. Pemerintah telah mencoba untuk memasukkan mata pelajaran/mata kuliah tentang kewirausahaan pada bidang pendidikan.¹⁶

Membuka lapangan pekerjaan juga menjadi salah satu keinginan setiap orang. Dengan adanya lapangan pekerjaan tentunya menjadi kesan tersendiri untuk wirausahawan. Berikut adalah hasil wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA mengenai keinginan untuk membuka lapangan pekerjaan.

“Ada keinginan untuk membuka lapangan pekerjaan, karena dengan hal tersebut membuat saya merasa membantu orang-orang yang ada disekitar saya. Karena menurut saya saat ini sedikit susah untuk mencari pekerjaan yang diakibatkan kurangnya lapangan pekerjaan dan banyaknya lulusan setiap tahunnya.”¹⁷

“Keinginan untuk membangun lapangan pekerjaan memang ada sedari dulu. Saya merasa kasihan pada orang lain bahkan pada diri sendiri karena susahnyanya

¹⁶ Andriana, Ana Noor, and Finnah Fourqoniah. "Pengembangan Jiwa Entrepreneur Dalam Meningkatkan Jumlah Wirausaha Muda." *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)* 2, no. 1 (2020): 43-51.

¹⁷ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, wawancara 6, transkrip.

mencari pekerjaan. Dan saya sangat ingin sekali membantu teman teman saya dengan membuka lapangan pekerjaan untuk mereka”¹⁸

Semakin tingginya angka kelulusan tidak seimbang dengan adanya lapangan pekerjaan, sehingga membuat seseorang untuk memikirkan kehidupan kedepannya. Tujuan mendirikan lapangan pekerjaan adalah untuk mensejahterakan orang yang ada disekitar. Maka dengan adanya pekerja membuat seorang pebisnis hanya perlu mengontrol pekerjanya dan bisa membuat usahanya menjadi lebih maju. Berikut adalah tabel keinginan mahasiswa untuk membangun lapangan pekerjaan di tabel 4.6.

Tabel 4.5

Keinginan membangun lapangan pekerjaan			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1 (3%)	0 (0%)	16 (48.5%)	16 (48.2%)

Dari hasil kuesioner keinginan mahasiswa untuk membuka lapangan pekerjaan sebanyak 16 responden setuju, 16 sangat setuju dan 1 responden sangat tidak setuju. Untuk mengelola sebuah usaha tentunya diperlukan jiwa pemimpin untuk dapat mengontrol pekerja.

3. Teknik Marketing Yang Diterapkan Mahasiswa Tadris IPA Untuk Memasarkan Produk

a. Jenis Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk diperhatikan, dicari, diminta, dan dibeli untuk digunakan atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan hidup. Jenis produk yang ditawarkan ke pasaran harus dalam kondisi yang sangat baik agar produk tersebut dapat diminati oleh masyarakat hingga laku terjual. Jenis produk yang diperjualbelikan sangat berperan dalam proses penjualan dan pengembangan produk. Jenis produk yang bervariasi membuat konsumen perlu berpikir terlebih dahulu untuk memilih produk yang diinginkan.¹⁹

¹⁸ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, transkrip.

¹⁹ Irayani, I. G. A., and A. A. K. A. Ayuningsasi. "Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Jenis Produk Terhadap Pemanfaatan E-commerce dan Omzet Penjualan Pada UMKM di Kota Denpasar." *E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA* 10, no. 2 (2021): 658-685.

Terdapat berbagai macam jenis produk sederhana yang dapat diproduksi dengan mudah. Beberapa diantara pilihannya adalah dapat berupa produk FnB, fashion, kerajinan dan lain lain. Selain itu juga ada beberapa produk berupa jasa seperti jasa ketik, jasa laundry, dan jasa lainnya. Pemilihan jenis produk oleh mahasiswa Tadris IPA didasari oleh skill dan kreativitas mahasiswa Tadris IPA yang berpikir kritis. Segala ide dan inovasi baru selalu menjadi sebuah produk yang sedang ramai dipasaran. Berikut adalah hasil wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA mengenai jenis produk.

“Jenis produk yang saya pilih adalah produk crafting atau kerajinan. Karena setelah mencoba banyak hal, karena saya menyukai suatu hal yang dikatakan estetik. Atau yang masih berbau dengan dunia crafting atau kerajinan. Kan bisa bangga ketika menjadikan hobi menjadi gaji”²⁰

“Untuk saat ini saya masih menjadi reseller sebuah produk, tapi suatu saat saya ingin mempunyai produk saya sendiri. Karena sewaktu mengikuti mata kuliah Science Entrepreneurship dan beberapa mata kuliah lainnya kita diajarkan untuk membuat sebuah produk sendiri. Kan akan sia sia jika ilmu tersebut tidak dipraktekkan”²¹

Berbagai jenis produk dapat dibuat sesuai dengan kreatifitas mahasiswa. Dengan kemampuan atau materi tentang bioteknologi, mahasiswa dapat membuat produk dengan berbagai macam kategori seperti *Food and Beverage*, *Skincare*, dan yang lainnya. Selalu ada banyak inovasi baru mengikuti trend yang ada dilingkungan sekitar. Berikut adalah banyaknya mahasiswa yang membuat produk sendiri dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.6

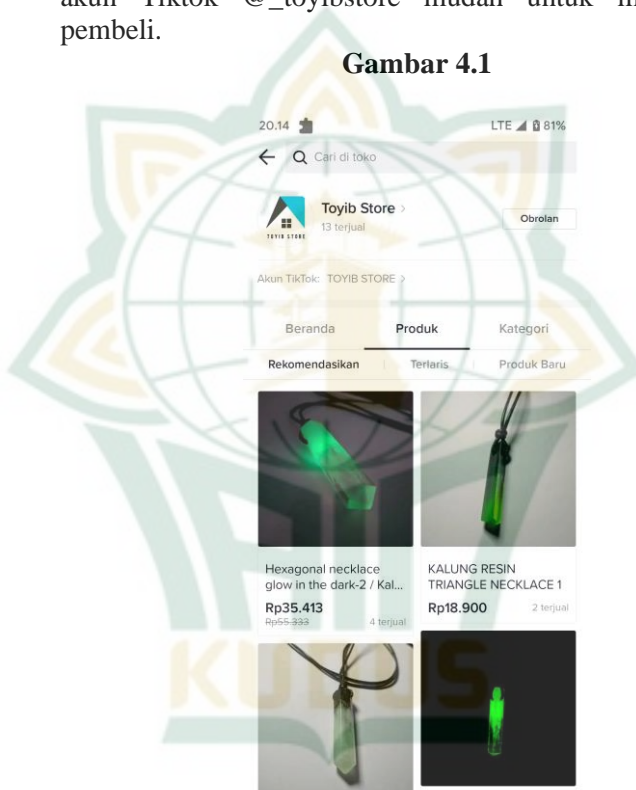
Membuat produk/jasa sendiri			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
4 (12.1%)	4 (12.1%)	15 (45.5%)	10 (30.3%)

²⁰Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, wawancara 7, transkrip.

²¹Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis,

Dari hasil wawancara dan kuesioner, dapat disimpulkan banyak mahasiswa Tadris IPA yang membuat produk sendiri hingga memasarkannya. Berbagai jenis produk yang dibuat merupakan hasil dari kreativitas dan inovasi dengan berbagai macam ide. Berikut adalah gambar dari salah satu produk mahasiswa Tadris IPA berupa kalung yang dapat menyala dalam gelap. Kalung dengan model liontin merupakan hasil dari kreativitas salah satu mahasiswa Tadris IPA angkatan 2017 yang bernama Toyib Wahyu Nugroho. Dengan hanya memasarkan produk lewat akun Tiktok @_toyibstore mudah untuk mendapatkan pembeli.

Gambar 4.1



Gambar diatas adalah salah satu hasil kreativitas mahasiswa Tadris IPA yang menggunakan resin menjadi liontin. Resin adalah polimer sintetik yang termostabil dan kuat. Saat resin melewati reaksi polimerisasi, resin dapat membentuk bentuk akhir ditentukan oleh model yang digunakan. Sifat resin bening dan dapat dibentuk menjadi bentuk yang sesuai untuk keperluan produksi berbagai aksesoris seperti bros, gantungan kunci, liontin dan magnet kulkas sebagai produk yang dapat dijual.²² Dengan ditambah

²² Asnani, Ari, Hartiwi Diastuti, and Puji Lestari. "APLIKASI RESIN BENING UNTUK KREASI AKSESORIS DI GRIYA CRAFTA COMMUNITY

fosfor maka liontin yang terbuat dari resin dapat menjadi bercahaya dalam kegelapan. Aksesoris liontin tersebut tentunya menjadi barang yang menarik.

b. Pemasaran Konvensional

Pasar konvensional adalah pasar yang transaksinya masih melalui cara tradisional, yaitu dengan mempertemukan antara penjual dengan pembeli. Kelebihan pasar konvensional adalah tidak adanya unsur monopoli dari produsen tertentu, karena pendapatan penjual tergantung pada hasil negosiasi dengan calon pembeli. Kekurangan dari pasar tradisional adalah pertumbuhan pasar sangat lambat.²³ Semenjak munculnya pasar online seperti *e-commerce*, membuat pasar konvensional mulai ditinggalkan. Banyak mahasiswa Tadris IPA yang lebih memilih memasarkan produknya di pasar online karena keterbatasan waktu.

“Untuk cara saya memasarkan produk awalnya hanya memperkenalkan ke teman teman disekitar saya. Dari ke mulut ke mulut. Hingga akhirnya bisa dikenal oleh orang orang disekitar. Tetapi semenjak adanya COVID 19, saya tidak bisa lebih leluasa memperkenalkan produk. Dan kemudian memulai menggunakan media online”.²⁴

*“Saya memasarkan produk saya hanya melalui status wa, namun kadang jika ada acara tertentu seperti wisuda. Saya akan membuka lapak hasil crafting saya seperti bucket agar dapat dikenal secara langsung”*²⁵

Dari hasil wawancara dapat diketahui sebelum adanya pandemi COVID 19, narasumber masih memasarkan produknya dari mulut ke mulut hingga akhirnya dikenal oleh banyak orang. Tetapi cara tersebut masih banyak kelemahannya, terutama untuk mahasiswa. Mahasiswa harus membagi waktu untuk menempuh pendidikan dan berbisnis. Sehingga jika harus selalu bertatap muka akan membuat mahasiswa kesulitan dalam membagi waktu. Untuk mengetahui banyaknya mahasiswa yang menggunakan cara memasarkan produk di pasar konvensional dapat dilihat pada tabel 4.8.

PURWOKERTO." *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 5, no. 1 (2021): 51-60.

²³ M. Prawiro, "Pasar Tradisional: Kelebihan dan Kekurangannya", Maxmanroe, 12 Juli 2018, <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pasar-tradisional.html>

²⁴ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, 17 Oktober 2022, wawancara 8, transkrip.

²⁵ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, transkrip.

Tabel 4.7

Memasarkan produk di pasar konvensional			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
4 (12.1%)	5 (15.2%)	19 (57.6%)	5 (15.2%)

c. Pemasaran Online

Pasar online adalah media pemasaran yang berbasis serba digital, membuat penjual dengan pembeli tanpa harus bertatap muka secara langsung. Ditambah lagi dengan adanya jasa kirim membuat pelaku usaha tidak perlu keluar rumah untuk melakukan transaksi. Pasar online menggunakan *Digital Marketing*, yaitu penerapan teknologi digital untuk menciptakan hubungan antara penjual dengan pembeli sehingga membuat pelaku usaha dapat berjalan secara efektif. Media dari *Digital Marketing* terdapat berbagai macam platform yang menjadi penunjang untuk memasarkan produk secara online.²⁶

*“Setelah adanya pandemi saya memulai untuk memperkenalkan produk saya melalui media online seperti Instagram dan Tiktok. Dan ternyata melalui media tersebut produk yang saya kenalkan bisa lebih cepat dikenal dan dijangkau oleh banyak orang. Meskipun sambil bersantai saya juga bisa bekerja”.*²⁷

*“Memang pada awalnya saya menjadi affliator, hal tersebut secara tidak langsung membranding diri saya sendiri hingga akhirnya saya mulai dikenal banyak orang melalui akun media sosial. Dan setelah itu saya iseng membuat bucket, karena banyak yang tertarik saya mulai membuat konten bucket karya saya dan dijual secara online melalui media sosial yang saya gunakan untuk menjadi affliator.”*²⁸

Adanya pandemi Covid 19 membuat seluruh aktivitas lumpuh dan upaya pemerintah mengembalikan perekonomian adalah dengan cara membuat sistem kerja daring/online. Tujuan tersebut untuk mengatasi penyebaran virus Covid 19. Dari pandemi tersebut, pelaku usaha mulai menggunakan media online sebagai media pemasaran.

²⁶ Ilham Hilal Ramadhan, “Teknik Analisis Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial)”, Jurnal Ilmu Ilmu Sosial Vol 18, No 1, Juni 2021

²⁷ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, 17 Oktober 2022, wawancara 9, transkrip.

²⁸ Siti Khotijah, wawancara dengan penulis, transkrip

Mahasiswa yang menjalankan sistem kuliah daring mulai membangun bisnisnya secara online. Dan berbagai macam ide baru yang kreative mulai bermunculan. Untuk mengetahui banyaknya mahasiswa Tadris IPA yang menggunakan media online dapat dilihat pada hasil kuesioner pada tabel 4.9.

Tabel 4.8

Memasarkan produk di media online			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1 (3%)	4 (12.1%)	17 (51.5%)	11 (33.3%)

4. Media Yang Digunakan Mahasiswa Tadris IPA Untuk Memasarkan Produk

a. Media Pemasaran Konvensional

Media adalah alat atau saran komunikasi untuk menyampaikan informasi dari pengirim informasi ke penerima. Media memiliki peran penting untuk pelaku usaha yaitu sebagai sarana menyampaiakan atau mempromosikan produk dan jasa kepada konsumen. Media yang sering digunakan untuk mempromosikan adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang menghubungkan antara penggunanya melalui jaringan virtual. Dengan penggunaan media sosial, dapat mempermudah mahasiswa Tadris IPA untuk melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka dengan konsumen.²⁹

“Media pemasaran yang bersifat konvensional yang saya gunakan berupa pamflet, itu pun dari mitra yang bekerja sama dengan saya. Karena menurut saya, uang lebih baik saya pakai untuk makan daripada mencetak pamflet. Apalagi saya anak rantau.”³⁰

“Sebelum beralih menggunakan media online, saya dulu hanya menggunakan brosur yang saya sebarkan ke orang orang random yang saya temui. Isi dari brosur tersebut ya tidak lain adalah promo dan akun media sosial yang saya gunakan untuk memasarkan produk saya”³¹

²⁹ Dinda Sekar Puspita Rini, Reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom University, Juni 2019

³⁰ Siti Khotijah, wawancara oleh penulis, 25 Oktober 2022, wawancara 10, transkrip.

³¹ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, transkrip.

Media konvensional ada berbagai macam seperti, spanduk, brosur, baliho, pamflet dan lain lain. Sehingga membuat pelaku usaha harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mencetak hingga menyebarkan media tersebut. Mahasiswa rantau tentu saja akan kesulitan dalam pengeluaran biaya untuk mencetak media konvensional. Sehingga lebih memilih untuk menggunakan media pemasaran online yang lebih mudah dan irit. Berikut adalah tabel hasil kuesioner mahasiswa Tadris IPA yang menggunakan media pemasaran konvensional.

Tabel 4.9

Penggunaan Media Pemasaran Konvensional			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
5 (15.2%)	11 (33.3%)	12 (36.4%)	5 (15.2%)

b. Media Pemasaran Online

Media pemasaran online merupakan cara pemasaran produk menggunakan media berbasis elektronik. Peningkatan penyebaran internet dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku usaha dengan berjualan secara online, hingga menimbulkan persaingan antar penjual diberbagai platform media online seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok. Ketiga media tersebut berperan sangat penting sebagai media pemasaran. Dengan adanya media online membuat perkembangan UMKM semakin pesat karena adanya media promosi yang sangat memudahkan. Dengan adanya media online tentunya memudahkan pelaku usaha lebih mudah untuk meningkatkan hasil produksinya.³²

Media pemasaran online sangat mempermudah semua penggunaannya. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya dan hanya bermodalkan kreativitas dan jaringan internet, seorang pelaku usaha sudah bisa dengan mudah memasarkan produknya di media online. Berikut adalah hasil wawancara mengenai penggunaan media online sebagai media pemasaran.

“Media online bagi saya sangat berperan penting, karena dengan sebuah media online dapat memudahkan saya untuk memasarkan produk. Untuk

³² Setiawan, Teguh Febrianto, Budi Suharjo. dan Muhammad Syamsun., “Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong).” MANAJEMEN IKM: *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 13, no. 2 (2018): 116-126.

*caranya sendiri saya perlu berkreasi dalam mengolah gambar yang menarik dan tentu saja butuh konsistensi waktu untuk upload gambar”.*³³

*“Menurut saya, saat ini lebih efektif menggunakan media online daripada konvensional. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pengguna media sosial dari berbagai kalangan. Sehingga jangkauan yang didapatkan juga semakin luas dan tentu saja produk akan lebih mudah dikenal.”*³⁴

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti dapat mengetahui dengan adanya media online sebagai tempat untuk memasarkan sebuah produk dapat memudahkan pelaku bisnis terutama mahasiswa Tadris IPA yang ingin memasarkan produknya secara luar. Menggunakan media online membuat jangkauan pemasaran lebih luas dibandingkan dengan media pemasaran konvensional. Untuk langkah memasarkan produk dibutuhkan konsistensi waktu untuk memperkenalkan sebuah produk melalui media online.

c. Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial secara optimal dilakukan semenjak adanya virus covid 19. Media sosial digunakan secara optimal di berbagai bidang mulai dari bidang pendidikan hingga bidang pemasaran. Upaya pengendalian virus covid 19 membuat perekonomian melemah hingga media sosial dialih fungsikan sebagai sarana untuk berbagai bidang guna menormalisasi perekonomian terutama dengan munculnya berbagai bisnis online.³⁵ Dengan mengoptimalkan media sosial, pengguna dapat mendapatkan hal positif terutama sebagai media promosi. Pengoptimalan media sosial dapat dalam bentuk menggunakan semua fitur media sosial dengan baik seperti menggunakan fitur *shopping* pada media sosial *Tiktok*.

Banyaknya pengguna media sosial membuat mahasiswa Tadris IPA lebih memilih menggunakan media sosial sebagai salah satu media pemasaran berbasis online. Berikut adalah hasil wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA mengenai pengoptimalan media sosial sebagai media pemasaran.

“Bagi saya sedari dulu jika menggunakan media sosial sebagai media pemasaran memang mudah untuk

³³ Riyadlotun Nikmah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober 2022, wawancara 11, transkrip.

³⁴ Siti Khotijah, wawancara oleh penulis, transkrip

³⁵ Gellysa Urva, “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol 2, No. 1, Juni 2022

menggunakannya. Hanya saja semakin banyak pengguna dan semakin banyak orang yang berjualan di media sosial bisa menambang saingan dalam berbisnis. Saya paling tidak suka ketika melihat postingan yang menggunakan gambar yang sama, intinya mencuri gambar milik orang lain. Bahkan saat ini tidak hanya gambar produk yang diambil oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Tetapi termasuk video untuk promosi *afiliasi* juga”.³⁶

“Bagi saya, seseorang yang menggunakan media sosial secara bijak akan mendapatkan banyak keuntungan. Karena menggunakan media sosial dalam penyaluran informasi sangat cepat. Akan tetapi kita juga harus tetap waspada terhadap informasi tersebut karena belum tentu akurat.”³⁷

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti dapat mengetahui semakin banyaknya pengguna media sosial yang mengoptimalkan media sosial dengan baik. Persaingan dalam dunia bisnis meskipun masih dalam proses *start up* terkadang menjadi tantangan sendiri. Karena mudahnya menggunakan media sosial membuat pelaku kejahatan *cyber* dengan mudahnya berkeliaran. Salah satu kejahatan dalam dunia bisnis online adalah pencurian gambar yang digunakan sebagai alat promosi sebuah produk.

Salah satu alternatif ketika tidak dapat membuat produk sendiri adalah dengan cara menjadi *reseller* atau *afiliasi*. Pada sistem *Afiliasi* mahasiswa Tadris IPA hanya perlu berpikir kreatif untuk membuat sebuah konten. Salah satu platform media sosial yang digunakan oleh konten kreator adalah Tiktok. Dengan komisi yang sudah ditentukan oleh penjual, konten kreator Tiktok dapat dengan mudah memilih produk yang ingin ditambahkan di etalase sebagai produk yang akan dipasarkan. Keuntungan lain dengan menjadi *affiliator* adalah konten kreator hanya membuat konten berupa video seperti *daily vlog*, *tips and trick*, dan yang lainnya sesuai dengan minatnya. Apabila ada yang membeli produk yang sudah disematkan dalam video tersebut, *affiliator* tidak perlu memproses seperti packing dan mengirim paket. Karena hanya bertugas sebagai pembuat video iklan produk tersebut.³⁸

³⁶ Siti Khotijah, wawancara oleh penulis, 25 Oktober 2022, wawancara 12, transkrip.

³⁷ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, transkrip

³⁸ Devi, Nadila Trisukma, and Yohana Wuri Satwika. "Studi Fenomenologi: Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Remaja Akhir Shopee Affiliates." *Character: jurnal Penelitian Psikologi* 9, no. 6 (2022).

Banyak mahasiswa Tadris IPA yang turut menjadi affiliator dalam media sosial tersebut. Konten video yang ditayangkan dapat berupa keseharian mahasiswa ketika sedang di kampus dan membuat review produk seperti produk fashion yang digunakan untuk kuliah. Salah satu mahasiswa Tadris IPA yang menjadi affiliator di media sosial Tiktok adalah Siti Khotijah, mahasiswa Tadris IPA angkatan 2018. Hanya dengan menjadi affiliator, Siti Khotijah mendapatkan komisi dari pengguna lain yang membeli produk yang disematkan dalam kontennya. Komisi yang didapat sekitar 5-10% dari harga produk. Komisi tersebut secara otomatis dapat masuk ke rekening.

Gambar 4.2



Pada gambar 4.2 merupakan akun dari media sosial Tiktok milik Siti Khotijah, mahasiswa Tadris IPA angkatan 2018. Sambil menempuh pendidikan, Siti Khotijah membuat video vlog untuk konten afiliasinya. Dari konten tersebut, Siti Khotijah bisa mendapatkan keuntungan hanya dengan bermodal kuota internet ataupun jaringan wifi.

d. Penggunaan e-commerce

E-commerce merupakan salah satu media pemasaran digital marketing yang digunakan untuk memudahkan proses transaksi dengan aman. Dengan meningkatnya dunia

bisnis, *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk meningkatkan dan memenangkan persaingan bisnis.³⁹ Berbagai macam platform *E-commerce* yang digunakan oleh mahasiswa Tadris IPA sebagai salah satu media promosi. Dengan menggunakan fitur yang ada didalam *e-commerce* membuat mahasiswa Tadris IPA tidak perlu khawatir dengan berbagai ancaman seperti penipuan. *E-commerce* juga bekerja sama dengan berbagai jasa kirim/ekspedisi, sehingga membuat mahasiswa Tadris IPA yang sibuk dengan pendidikannya tidak harus selalu mengantarkan barang ke pembeli. Berikut adalah hasil wawancara dengan mahasiswa Tadris IPA mengenai penggunaan *e-commerce*.

*“Saya memilih e-commerce sebagai media transaksi agar lebih aman. Karena jika hanya menggunakan media sosial menurut saya masih kurang aman dengan maraknya kasus penipuan. Dengan e-commerce juga saya lebih mudah untuk mengirimkan barang tanpa harus mengeluarkan uang untuk membayar ongkir atau membeli bensin karena adanya jasa kirim”.*⁴⁰

*“Saya menggunakan e-commerce untuk memudahkan dalam proses transaksi, dan tentu saja untuk memanfaatkan fitur promo dari e-commerce yang digunakan. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya orang yang suka mencari promo atau potongan harga. Dengan fitur yang ada di e-commerce kita juga dapat mengelabui calon pembeli dengan fitur coret harga”.*⁴¹

Dari wawancara diatas, peneliti dapat mengetahui dengan menggunakan *e-commerce* memudahkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi dengan aman. Transaksi menggunakan *e-commerce* tentunya mengamankan penjual dari berbagai macam modus penipuan. Ditambah lagi jika masih sebagai mahasiswa yang aktivitasnya tidak dapat dipastikan. Maka dengan adanya jasa kirim memudahkan mahasiswa untuk mengirim barang baik dalam maupun ke luar negeri. Berikut adalah tabel hasil kuesioner tentang mahasiswa Tadris IPA yang menggunakan *e-commerce* sebagai media transaksi dalam jual beli online.

Penggabungan antara entertain dengan *marketplace* sudah menjadi pilihan yang baik bagi penggunaanya.

³⁹ Belqis Putri Himmatul Karimah, “Analisis Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Bisnis UMKM”, Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Komputer, Vol 6, No. 3: Maret 2022.

⁴⁰ Yuliana Wahyu Puspita Sari, wawancara oleh penulis, 17 Oktober 2022, wawancara 13, transkrip.

⁴¹ Siti Khotijah, wawancara oleh penulis, transkrip.

Entertain menjadi bagian yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk melalui media audio visual agar lebih mudah meyakinkan calon pembeli. Sedangkan *e-commerce* berfungsi sebagai media untuk bertransaksi dengan aman.⁴²

Tabel 4.10

Memasarkan produk di media online			
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1 (3%)	3 (9.1%)	19 (57.6%)	10 (30.3%)

C. Pembahasan

1. Analisis Fenomenologi Mahasiswa Tadris IPA Membangun Bisnis Online

Fenomenologi mahasiswa Tadris IPA membangun bisnis merupakan salah satu bentuk dari keinginan mahasiswa yang ingin atau sudah mendirikan bisnis online dengan berbagai macam alasan yang melatarbelakangi mahasiswa Tadris IPA untuk mendirikan bisnis. Dalam kurikulum Program Studi Tadris IPA di IAIN Kudus terdapat mata kuliah wajib yang diharuskan diikuti oleh mahasiswa Tadris IPA, yaitu mata kuliah *Science Entrepreneurship*. Mata kuliah ini mempelajari tentang kewirausahaan untuk mahasiswa atau lulusan mahasiswa Tadris IPA agar mendapatkan ilmu tentang kewirausahaan.

Mata kuliah *Science Entrepreneurship* wajib diikuti oleh mahasiswa Tadris IPA di semester 6. Lulusan Tadris IPA tidak selalu menjadi seorang pengajar atau yang bergerak dibidang pendidikan. Alumni Tadris IPA juga bisa menjadi seorang pebisnis yang bergerak dibidang ke-IPA-an. Selain mata kuliah *Science Entrepreneurship*, terdapat mata kuliah lain yang wajib diikuti oleh mahasiswa yang mempelajari tentang pembuatan sebuah produk secara ilmiah yang mengandung unsur keprofesian.

Pendidikan kewirausahaan pada perguruan tinggi mendorong mahasiswa untuk lebih termotivasi sehingga mahasiswa lebih bertanggung jawab layaknya seorang pengusaha yang membantu perekonomian masyarakat secara berkelanjutan. Mata kuliah kewirausahaan seperti *Science Entrepreneurship* sudah menjadi mata kuliah wajib yang harus diikuti oleh mahasiswa Tadris IPA. Mata kuliah

⁴² Sa'adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. "Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, no. 5 (2022): 131-140.

Entrepreneurship menanamkan jiwa kewirausahaan, motivasi dan *mindset* wirausaha, menilai dan memilih jenis usaha dan mengelola usaha terkait dengan keuangan dan sumber daya manusia sampai dengan membuat rencana bisnis (*Business Plan*).⁴³

2. Analisis Motif Yang Melatarbelakangi Mahasiswa Tadris IPA untuk Membangun Bisnis Online

Motif adalah dorongan, hasrat, keinginan yang bergerak sebagai pendorong untuk melakukan sesuatu yang berasal dari seseorang. Motif ini memberikan tujuan dan arah pada perilaku manusia. Terdapat dua unsur pokok yaitu dorongan dan tujuan. Sedangkan motivasi itu sendiri adalah sesuatu yang membangkitkan suatu dorongan atau motivasi seseorang untuk melakukan sesuatu untuk mencapai suatu kepuasan atau tujuan. Jadi motivasi merupakan kelanjutan dari motif.

Terdapat berbagai macam motif yang melatar belakangi mahasiswa Tadris IPA untuk membangun bisnis online. Mulai dari skill dan hobi berbisnis yang membuat mahasiswa Tadris IPA untuk membangun bisnis online dengan tujuan ingin hidup lebih mandiri. Banyak juga mahasiswa yang mendapat dorongan dari orang tua untuk membangun bisnis online. Selain dorongan atau berbagai macam motivasi yang membuat mahasiswa untuk membangun bisnis online, mahasiswa Tadris IPA juga mempunyai keinginan untuk membuka lapangan pekerjaan. Dengan adanya mata kuliah *Science Entrepreneurship* dalam kurikulum Tadris IPA dapat menumbuhkan motivasi mahasiswa untuk membangun bisnis online yang diinginkan dengan berbagai macam cara yang dipelajari didalam mata kuliah tersebut.

Setiap mahasiswa pasti mempunyai keinginan dan cita cita yang berbeda beda mengenai dunia kerja dan memiliki keinginan yang berbeda pula mengenai bekerja instansi mana dan sebagai apa. Kegelisahan mahasiswa seringkali menjadi hal yang ditakuti terlebih lagi untuk mahasiswa dengan status *fresh graduate*. Kecemasan yang muncul mempengaruhi mahasiswa yang masih dalam status *freshgraduate* ditambah dengan alumni yang masih belum mendapatkan pekerjaan atau pengangguran. Hal tersebut tentunya menjadi alasan untuk mahasiswa memulai bisnis sedari awal atau sebagai sampingan.⁴⁴

Memulai usaha lebih awal akan membuat mahasiswa lebih mudah untuk mengembangkan bisnisnya. Bahkan setelah lulus

⁴³ Hapsari, Tanti Prita. "Peran Lingkungan Kampus Dalam Memoderasi Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 6, no. 2 (2018): 197-214.

⁴⁴ Nurjanah, Anisa Siti. "Kecemasan Mahasiswa Fresh Graduate Dalam Melamar Pekerjaan." *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 1, no. 2 (2018): 35.

dalam menempuh pendidikan, mahasiswa yang bisnisnya sudah berjalan dengan lancar tidak perlu mencari lowongan pekerjaan. Bahkan bisa membuka lapangan pekerjaan baru untuk yang membutuhkan. Dikarenakan jumlah lulusan dengan lowongan pekerjaan tidak selalu seimbang dan tentunya lebih membutuhkan lapangan pekerjaan.

3. Analisis Teknik Marketing yang Diterapkan Oleh Mahasiswa Tadris IPA untuk Memasarkan Produknya di Pasaran.

Berbagai macam jenis produk yang dibuat oleh mahasiswa Tadris IPA dengan segala ide kreatif dan inovatif. Mempraktikan berbagai macam teori ilmu sains dapat menciptakan berbagai temuan sederhana yang baru. Dengan mengembangkan berbagai macam ide yang ada, membuat mahasiswa Tadris IPA dapat menciptakan sebuah produk yang memiliki nilai jual. Salah satu produk hasil kreatifitas mahasiswa Tadris IPA adalah percampuran antara resin dengan fosfor yang dapat membentuk liontin yang dapat menyala dalam gelap. Setelah produk jadi tinggal dipasarkan melalui berbagai macam cara dan media.

Teknik marketing merupakan strategi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Ada berbagai macam strategi untuk memperkenalkan sebuah produk untuk dipasarkan, diantaranya adalah konvensional dan online. Teknik konvensional biasa dilakukan dengan cara bertatap muka, atau menggunakan media cetak. Sedangkan online menggunakan media online seperti media sosial dan *e-commerce*, dengan cara online membuat pelaku usaha lebih mudah untuk memasarkan produknya sesuai target pasar.⁴⁵

Pada mata kuliah *Science Entrepreneurship*, mahasiswa Tadris IPA diajarkan cara untuk memasarkan produk yang dibuat sendiri menggunakan berbagai macam strategi. Berbagai macam strategi yang digunakan untuk meraih pasar yang diinginkan membutuhkan waktu yang sedikit panjang karena untuk memperkenalkan produk baru dibutuhkan personal branding. Mahasiswa Tadris IPA lebih menggunakan media pemasaran online daripada konvensional karena kemudahannya dan membutuhkan waktu yang lebih fleksibel. Dengan memasarkan secara online tidak dipungkiri akan mendapat jangkauan pasar yang lebih luas dan tentunya akan lebih mudah dikenal.

⁴⁵ Sukmasetya, Pristi, Taufiq Haryanto, Fungsi Ayu Sadewi, R. Bima Gofiruli Maulida, Habib Said Aliudin, and Bagus Sugiarto. "Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry." *Community Empowerment* 5, no. 2 (2020): 28-35.

4. Analisis Media Yang Digunakan Mahasiswa Tadris IPA dalam Proses Memasarkan Produk.

Media pemasaran merupakan media atau alat perantara yang digunakan untuk memudahkan pelaku bisnis untuk mencari konsumen. Terdapat berbagai jenis media yang digunakan untuk memasarkan produk. Diantaranya adalah media konvensional seperti media cetak dan ada juga media online seperti media sosial. Media pemasaran konvensional sudah dianggap kuno, karena semenjak adanya pandemi COVID 19 pelaku usaha lebih memilih menggunakan media online. Hal tersebut karena salah satu bentuk kebijakan pemerintah dalam mengatasi penyebaran virus COVID 19. Hingga setelah pandemi mereda, pelaku usaha tetap memilih menggunakan media online karena efisiensi waktu dan biaya dalam penggunaannya.⁴⁶

Bagi mahasiswa Tadris IPA dengan menggunakan media online lebih memudahkan seorang mahasiswa sekaligus pelaku bisnis untuk memperkenalkan produknya sesuai pasaran. Pengoptimalan media sosial dengan memanfaatkan segala fiturnya akan lebih bermanfaat untuk pelaku usaha. Karena hanya dengan membuat sebuah postingan pada media sosial, calon konsumen akan lebih mudah mencari apa yang diinginkan. Berbagai macam fitur pada media sosial seperti fitur *Shopping* pada media sosial *Tiktok* dapat memudahkan mahasiswa untuk memperkenalkan produknya. Hanya dengan membuat video aktivitas sehari hari, mahasiswa Tadris IPA dapat menyematkan produk yang dijual menggunakan fitur dari media sosial *Tiktok*.

Berbagai macam fitur yang ada di *e-commerce* digunakan oleh pelaku usaha agar tetap aman dalam bertransaksi. Karena tidak menutup kemungkinan adanya unsur penipuan jika hanya menggunakan media sosial sebagai tempat memasarkan produk. Fitur pada *e-commerce* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Tiktok Shop* dan lain lain harus dimanfaatkan dengan baik. Beberapa *e-commerce* mempunyai fitur *Gratis Ongkir* yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk lebih menghemat pengeluaran. Bekerja sama dengan beberapa ekspedisi atau jasa kirim semakin memudahkan mahasiswa untuk mengirim produk tanpa harus bertemu secara tatap muka.

⁴⁶ Sari, Meci Nilam, Rika Septrizarty, Wila Farlina, Azmen Kahar, and Agus Nurofik. "ANALISIS STRATEGI BISNIS UMKM MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP." *Journal of Economics and Management Sciences* 5, no. 1 (2022): 001-009.