JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat
https://jurnal.astinamandiri.com/index.php/JIPM
Volume 4 | Nomor 1 | 2026
e-ISSN: 2985-7473
DOI: https://doi.org/10.55903/jipm.v4i1.366

IMPLEMENTASI TECHNOPRENEURSHIP MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT DI ERA DIGITAL
(Studi Kasus: Warga RT 03 / RW 011 Ciputat)

Ragil Nur Iman[1*], Ananda Syarif Hidayatullah[2], Stefanus Satriyo Wasono [3]
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
dosen0341@unpam.ac.id[1], dosen02980@unpam.ac.id[2], dosen02982@unpam.ac.id[3]

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong transformasi kewirausahaan menuju ekosistem digital berbasis marketplace. Namun, rendahnya literasi digital dan keterampilan teknis masyarakat menjadi hambatan dalam mengoptimalkan peluang bisnis daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi pelatihan technopreneurship marketplace dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan masyarakat RT 03/RW 011 Ciputat di era digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Instrumen evaluasi meliputi pre-test dan post-test, observasi keterampilan teknis, kuesioner kepuasan, serta wawancara singkat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep technopreneurship, kemampuan membuat dan mengelola toko online, serta keterampilan pemasaran digital melalui marketplace. Selain itu, program ini berkontribusi terhadap peningkatan motivasi dan kepercayaan diri warga untuk memulai usaha berbasis teknologi. Implementasi pelatihan tidak hanya menjembatani kesenjangan literasi digital, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi lokal melalui pembentukan jejaring kolaboratif antar pelaku usaha. Dengan demikian, technopreneurship marketplace menjadi strategi pemberdayaan masyarakat yang efektif dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Kata kunci: Technopreneurship, Marketplace, Kewirausahaan Digital, Literasi Digital, Pemberdayaan Masyarakat.

Abstract

The development of information technology drives the transformation of entrepreneurship towards a digital ecosystem based on marketplaces. However, low digital literacy and technical skills among the community become obstacles in optimising online business opportunities. This study aims to analyse the implementation of marketplace technopreneurship training in enhancing the entrepreneurial spirit of the residents of RT 03/RW 011 Ciputat in the digital era. The method used is a participatory approach through Community Service activities with the stages of planning, preparation, implementation, and evaluation. Evaluation instruments include pre-tests and post-tests, technical skill observations, satisfaction questionnaires, and brief interviews. The results of the activities show a significant improvement in understanding the concept of technopreneurship, the ability to create and manage online stores, and digital marketing skills through marketplaces. In addition, this programme contributes to increasing

the motivation and self-confidence of residents to start technology-based businesses. The implementation of training not only bridges the digital literacy gap but also strengthens local economic resilience through the formation of collaborative networks among entrepreneurs. Thus, the technopreneurship marketplace becomes an effective and sustainable community empowerment strategy in facing the challenges of the digital economy.
Keywords: Technopreneurship, Marketplace, Digital Entrepreneurship, Digital Literacy, Community Empowerment.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mentransformasi berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang kewirausahaan. Integrasi teknologi dalam aktivitas bisnis melahirkan konsep technopreneurship, yakni praktik kewirausahaan yang memanfaatkan inovasi teknologi untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Marketplace digital sebagai salah satu wujud implementasi technopreneurship memungkinkan pelaku usaha memasarkan produk tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga membuka akses pasar yang lebih luas dan efisien. Dalam konteks ekonomi digital Indonesia, pemanfaatan marketplace menjadi strategi adaptif bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Namun demikian, tidak seluruh lapisan masyarakat memiliki kesiapan literasi digital yang memadai. Kondisi ini terlihat pada warga RT 03/RW 011 Ciputat yang sebagian besar belum memahami secara optimal cara membuat akun, mengelola toko daring, mengunggah produk, maupun menerapkan strategi promosi digital. Rendahnya literasi digital tersebut berdampak pada belum termanfaatkannya potensi ekonomi lokal secara maksimal. Padahal, keberagaman profesi warga, seperti pedagang kecil dan ibu rumah tangga dengan keterampilan produktif, menunjukkan adanya peluang ekonomi yang dapat dikembangkan melalui platform marketplace.

Sejumlah penelitian terdahulu menegaskan pentingnya penguatan kewirausahaan digital. Aini, Amanah, dan Putri (2023) menekankan bahwa pengembangan kewirausahaan digital berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha di Indonesia. Dinda Aulia dkk. (2025) menemukan bahwa pendidikan technopreneurship berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sementara itu, Nurhayati dkk. (2024) menunjukkan bahwa inovasi digital dalam program pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan keterampilan hidup berbasis teknologi. Penelitian-penelitian tersebut secara umum menyoroti pentingnya literasi digital dan inovasi teknologi dalam membangun kapasitas kewirausahaan, namun lebih banyak berfokus pada konteks mahasiswa, startup, atau institusi pendidikan formal.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, studi ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat tingkat lokal melalui pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat yang aplikatif dan berbasis praktik langsung penggunaan marketplace. Penelitian ini tidak hanya mengkaji pengaruh pendidikan technopreneurship terhadap minat berwirausaha, tetapi juga mengukur peningkatan keterampilan teknis dan perubahan psikologis kewirausahaan warga melalui instrumen evaluatif seperti pre-test, post-test, observasi, dan wawancara. Dengan demikian, penelitian ini

menawarkan kontribusi empiris pada level komunitas akar rumput dalam konteks pemberdayaan ekonomi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis implementasi pelatihan technopreneurship marketplace dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan digital, serta jiwa kewirausahaan masyarakat RT 03/RW 011 Ciputat. Penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya menjembatani kesenjangan literasi digital, memperkuat kapasitas ekonomi lokal, serta mendukung transformasi masyarakat menuju ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi yang adaptif dan berkelanjutan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain participatory action research dalam kerangka kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Desain ini dipilih karena menekankan pada intervensi langsung melalui pelatihan sekaligus evaluasi dampak program terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan proses edukasi, praktik, serta refleksi secara sistematis dalam konteks pemberdayaan masyarakat berbasis technopreneurship marketplace.

Partisipan dalam penelitian ini adalah warga RT 03/RW 011 Ciputat yang mengikuti kegiatan pelatihan technopreneurship. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposive, yaitu warga yang memiliki minat untuk mengembangkan usaha atau yang telah memiliki usaha mikro namun belum memanfaatkan marketplace secara optimal. Keterlibatan partisipan bersifat sukarela dan berbasis kebutuhan komunitas setempat.

Instrumen pengumpulan data meliputi: (1) pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan konseptual mengenai technopreneurship dan marketplace; (2) lembar observasi untuk menilai keterampilan teknis peserta dalam membuat akun, mengunggah produk, dan mengelola toko daring; (3) kuesioner kepuasan peserta untuk mengevaluasi persepsi terhadap kualitas materi dan manfaat pelatihan; serta (4) wawancara singkat untuk menggali kendala dan pengalaman peserta selama praktik. Dokumentasi kegiatan juga digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat validitas temuan.

Prosedur pengumpulan data dilaksanakan dalam empat tahap, yaitu perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, tim menyusun proposal kegiatan dan materi pelatihan. Tahap persiapan mencakup koordinasi dengan pengurus RT/RW serta penyediaan perangkat pendukung seperti modul, proyektor, dan smartphone. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui metode sosialisasi, pemaparan materi, serta praktik langsung penggunaan marketplace. Pada tahap evaluasi, dilakukan pengukuran melalui post-test, observasi keterampilan, serta pengisian kuesioner dan wawancara untuk menilai efektivitas program.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data pre-test dan post-test dianalisis dengan membandingkan skor rata-rata untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta. Data observasi dan kuesioner dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi capaian keterampilan dan tingkat kepuasan. Sementara itu, data wawancara dianalisis menggunakan teknik reduksi data, kategorisasi, dan penarikan kesimpulan untuk menginterpretasikan perubahan

motivasi dan sikap kewirausahaan peserta setelah mengikuti pelatihan. Pendekatan analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas implementasi technopreneurship marketplace dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat.

HASIL

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul Implementasi Technopreneurship Marketplace dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Masyarakat Di Era Digital diselenggarakan pada tanggal 23 November 2025, dengan susunan acara sebagai berikut:

Tabel 1. Susunan Acara

No	Pukul	Kegiatan	Lokasi
1	09.00 – 09.30	Registrasi	Musholla
2	09.30 – 09.40	Pembukaan	Musholla
3	09.40 – 09.50	Do'a	Musholla
4	09.50 – 09.55	Lagu Indonesia Raya	Musholla
5	09.55 – 10.10	Profil Universitas Pamulang	Musholla
6	10.10 – 10.20	Sambutan Ketua RT 03	Musholla
7	10.20 – 10.30	Sambutan Ketua PKM	Musholla
8	10.30 – 10.35	Pemberian Cinderamata	Musholla
9	10.35 – 11.00	Pembahasan Materi 1	Musholla
10	11.00 – 11.35	Pembahasan Materi 2 + Praktek	Musholla
11	11.35 – 11.45	Pembagian Sembako	Musholla
12	11.45 – 12.50	Doa dan Penutup	Musholla

Berikut rincian materi yang dibahas dalam kegiatan ini:

Tabel 2. Pembahasan Materi

Pembahasan 1	Pembahasan 2
1. Pengenalan Technopreneurship	4. Mengimplementasikan Technopreneurship
2. Mendeskripsikan tujuan dan manfaat dari Technopreneurship	5. Memahami langkah penggunaan shopee dari membuat akun, membuka toko dan melakukan penjualan
3. Pengenalan Marketplace shopee	

Dalam pelaksanaan ini tentu menjadi modal awal untuk para narasumber memberikan ilmu kepada para warga agar supaya lebih antusias dan juga mudah dalam memahami materi dan juga praktik yang diberikan. Sebelum pembahasan materi dimulai terlebih dahulu pemateri memberikan pertanyaan berupa pre-test, hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi awal sejauh mana pemahaman peserta mengenai technopreneurship dan marketplace shopee, dengan demikian pemateri adapat mengukur sejauh mana materi awal yang akan disampaikan kepada peserta. Warga dapat menjawab pertanyaan dengan antusias, seperti terlihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1. Pre-test

Dengan berakhirnya pelatihan bagi para warga tentunya menjadi tambahan ilmu yang mereka dapatkan, walaupun hanya sehari dalam praktiknya namun untuk komunikasi dalam belajar masih terus berlanjut dan menjadi motivasi bagi mentor yang memberikan wawasan tambahan bagi warga yang berniat menggalih ilmu di bidang kewirausahaan dan teknologi (Technopreneurship).

Gambar 2. Sesi Foto Bersama

Secara ringkas, temuan utama penelitian meliputi:

1. Peningkatan literasi digital terkait technopreneurship dan marketplace.
2. Peningkatan keterampilan teknis dalam pengelolaan toko daring.
3. Tumbuhnya motivasi dan kepercayaan diri dalam berwirausaha digital.
4. Munculnya jejaring kolaboratif antarwarga untuk saling mempromosikan produk.

Warga paham akan cara penggunaan marketplace shopee mulai dari cara membuat akun, mendaftarkan toko dan membuat toko serta melakukan proses jual-beli pada marketplace shopee.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan technopreneurship berbasis praktik memiliki efektivitas dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat tingkat lokal. Peningkatan pemahaman konseptual dan keterampilan teknis peserta menunjukkan bahwa pendekatan participatory action yang

menggabungkan sosialisasi dan praktik langsung mampu menjembatani kesenjangan literasi digital di tingkat komunitas.

Hasil ini sejalan dengan temuan Aini, Amanah, dan Putri (2023) yang menyatakan bahwa pengembangan kewirausahaan digital berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha. Dalam konteks penelitian ini, peningkatan kemampuan warga dalam mengelola marketplace memperkuat posisi mereka dalam ekosistem ekonomi digital. Demikian pula, temuan ini mendukung hasil penelitian Dinda Aulia dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa pendidikan technopreneurship berpengaruh terhadap peningkatan minat berwirausaha. Perbedaannya, penelitian ini memperluas konteks pada masyarakat umum di tingkat RT, bukan hanya pada mahasiswa atau lingkungan akademik.

Dari perspektif teori pemberdayaan masyarakat, peningkatan keterampilan digital dan kepercayaan diri peserta mencerminkan proses capacity building, yaitu penguatan kapasitas individu untuk mengelola sumber daya dan peluang ekonomi secara mandiri. Marketplace berfungsi sebagai instrumen transformasi digital yang tidak hanya meningkatkan akses pasar, tetapi juga membangun mentalitas adaptif terhadap perubahan teknologi.

Lebih lanjut, munculnya jejaring kolaboratif antarwarga menunjukkan bahwa intervensi pelatihan tidak hanya berdampak pada level individual, tetapi juga pada penguatan modal sosial komunitas. Hal ini mempertegas bahwa technopreneurship marketplace dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan apabila disertai pendampingan dan dukungan komunitas.

Dengan demikian, temuan utama penelitian ini memperlihatkan bahwa implementasi technopreneurship marketplace tidak sekadar meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun fondasi psikologis dan sosial kewirausahaan digital. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyediaan bukti empiris mengenai efektivitas pelatihan berbasis praktik dalam konteks pemberdayaan masyarakat akar rumput di era transformasi digital.

SIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian, yaitu menganalisis implementasi pelatihan technopreneurship marketplace dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan digital, dan jiwa kewirausahaan masyarakat RT 03/RW 011 Ciputat, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan yang dilaksanakan efektif dalam memperkuat kapasitas kewirausahaan digital masyarakat. Secara kognitif, terjadi peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep technopreneurship dan mekanisme penggunaan marketplace. Secara teknis, peserta menunjukkan kemampuan dalam membuat dan mengelola toko daring, mengunggah produk, serta menerapkan strategi promosi digital dasar. Selain itu, dari aspek afektif, pelatihan berkontribusi terhadap tumbuhnya motivasi, kepercayaan diri, dan kesiapan peserta untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha. Dengan demikian, implementasi technopreneurship marketplace terbukti menjadi strategi pemberdayaan yang relevan dalam meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat di era digital.

Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah: (1) memperluas cakupan partisipan dengan melibatkan komunitas yang lebih beragam agar diperoleh

generalisasi temuan yang lebih komprehensif; (2) menggunakan pendekatan kuantitatif inferensial untuk menguji signifikansi peningkatan kemampuan peserta secara statistik; (3) melakukan studi longitudinal guna mengukur dampak jangka panjang pelatihan terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha; serta (4) mengintegrasikan variabel lain seperti literasi keuangan digital, strategi branding, dan analisis pasar untuk memperkaya model pemberdayaan technopreneurship berbasis komunitas. Rekomendasi ini diharapkan dapat memperkuat kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan kewirausahaan digital berbasis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, N., Amanah, D. M. N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 14*(2), 243–252. https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3264

Amanda Oktavia Amielia, & Nugroho, S. P. (2024). Pengaruh marketing knowledge management terhadap business performance yang dimediasi oleh inovasi produk dan digital marketing. *Fonduri de Investiții, 13*(1), 254–264. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1036

Dinda Aulia, Syahbudi, M., & Aslami, N. (2025). Pengaruh pendidikan technopreneur dan motivasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, 30*(2), 358–380. https://doi.org/10.24912/je.v30i2.3288

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review, 7*(5), 44–51. https://doi.org/10.22215/timreview/1076

Mahmud, M., Astuti, S. D., Usman, U., Azami, M. R., Alamsyah, M. I. F., & Lestari, A. K. (2025). Literasi digital marketing pada start-up untuk mahasiswa dan calon mahasiswa di Malaysia. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 5*(3), 31–47. https://doi.org/10.56910/safari.v5i3.2616

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 41*(6), 1029–1055. https://doi.org/10.1111/etap.12254

Nurani, E., Rahmawati, E. T., & Eldon, M. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran produk UMKM. *Business, Entrepreneurship, and Management Journal, 3*(1), 20–28. https://doi.org/10.36563/bemj.v3i1.1121

Nurhayati, S., Hermawan, D., & Boriboon, G. (2024). Digital innovations in entrepreneurship education for youth life skills development. *International Journal of Education and Curriculum Application, 7*(3), 258–267. https://doi.org/10.31764/ijeca.v7i3.25904

OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en

Ramadhan Putra Pratama, M., Azwan, M., & Wardana, A. T. (2025). Pengembangan aplikasi mobile untuk mendukung technopreneurship di komunitas ekonomi lokal. *Factory: Jurnal Industri Manajemen dan Rekayasa Sistem Industri, 3*(2), 58–61. https://doi.org/10.56211/factory.v3i2.728

Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics, 56*(3), 1159–1169. https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8

Setiawan, D., & Winarno, W. W. (2020). Analisis kesiapan UMKM dalam adopsi e-marketplace di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi, 16*(2), 123–134. https://doi.org/10.21609/jsi.v16i2.1012

Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics, 49*(1), 55–73. https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5

Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(18), 1–15. https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4

Yanto, H., & Prasetyo, A. (2022). Digital literacy and MSME performance in the marketplace era. *Jurnal Manajemen Teknologi, 21*(3), 287–301. https://doi.org/10.12695/jmt.2022.21.3.4