

Toko Tanpa Lapak: Pendampingan Atas Komunitas Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

M. Nur Yasin, Abd. Rouf, Khairul Umam
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Abstrak

Teknologi informasi memberikan akses kepada masyarakat milenial saat ini. Banyak yang bisa diakses melalui teknologi informasi dengan banyaknya aplikasi yang diciptakan anak muda. Aplikasi yang ditawarkan sangat memudahkan masyarakat di kancah dunia. Kominfo menyebutkan jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Dari Data mahasiswa UIN Malang yang diperoleh setelah melakukan survey ada sekitar 92,5% atau 40 mahasiswa maupun mahasiswi yang mempunyai toko tanpa lapak atau berjualan online. Barang yang mereka jual dari data tersebut kebanyakan adalah makanan dan minuman serta fashion dan lain-lain. Survey dengan mengolah data yang didapatkan kebanyakan mahasiswa minat untuk diberikan wadah oleh kampus dalam hal penjualannya. Dalam konteks pengembangan kampus hari ini, di UIN Malang sendiri sudah menjadikan kampusnya sebagai kelas WCU (World Class University) dan seharusnya di dalamnya mewadahi mahasiswa yang minat dengan dunia kewirausahaan. Pendampingan ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Based Community Development*, yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada disekitar dan dimiliki oleh pemuda atau komunitas mahasiswa.

Kata Kunci: *Toko Tanpa Lapak, Teknologi Informasi, Bisnis Online*

Pendahuluan

Teknologi informasi memberikan akses kepada masyarakat milenial saat ini. Banyak yang bisa diakses melalui teknologi informasi dengan banyaknya aplikasi yang diciptakan anak muda. Aplikasi yang ditawarkan sangat memudahkan masyarakat di kancah dunia. Teknologi informasi adalah seperangkat alat yang dapat membantu manusia dalam mengubah,

membuat, menyimpan, mengkomunikasikan atau menyebarkan informasi serta melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Saat ini, teknologi informasi (*Information Technology = IT*) telah mengubah wajah dunia dari dunia nyata (*real world*) ke dunia maya (*cyber world*). Dunia yang kita lihat saat ini adalah dunia yang telah mengalami Revolusi IT yakni terjadinya transformasi dari adanya batas menjadi tanpa batas (*borderless*), dari tatap muka ke virtual, dari kertas ke tanpa kertas (*paperless*), dari fisik ke ruang maya (*cyber space*), dari kejahatan konvensional ke kejahatan maya (*cybercrime*). Komunikasi setiap orang tidak lagi dibatasi oleh negara, nasionalisme atau suku bangsa tetap sudah menjadi *One State*.¹

Kominfo menyebutkan jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Demikian diumumkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) setelah melakukan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia, Senin (19/02/2018), di Jakarta.²

Data di atas mengindikasikan bahwa dari data tersebut sebagian pemakai internet adalah kaum milenial. Bahkan, fenomena saat ini sudah banyak kaum milenial yang mendapatkan penghasilan dari dunia digital. Kebanyakan dari mereka sudah bisa berdiri sendiri karena dengan penghasilan itu bisa mencukupi kehidupan sehari-harinya tanpa meminta orang tua. Dalam hal ini kemandirian dirasa penting untuk dikembangkan dan dibimbing serta difasilitasi oleh pemerintah. Globalisasi dalam hal digital sudah berkembang pesat tanpa mengenal waktu. Teknologi informasi bisa berdampak positif dan negatif tergantung bagaimana pemakainya dan regulasi yang diterapkan pemerintah di negara ini. Orang muda adalah aktor kunci dalam sebagian besar proses perubahan ekonomi dan sosial.

Pemuda sebagai generasi penerus bangsa mereka yang akan membangun bangsa kedepannya. Jiwa yang mandiri sebagai bekal untuk menciptakan bangsa yang bisa berdiri sendiri diatas buminya sendiri. Tanpa generasi pemuda yang tangguh dan mandiri mustahil bangsa ini akan bertahan dan bersaing dengan bangsa-bangsa yang lain. Jiwa mandiri yang sudah tertanam sejak dini harus diimbangi dengan perhatian penuh oleh pemerintah untuk mengapresiasi karya anak bangsa. Fenomena yang terjadi menyadarkan bahwa orang tua harus melek dunia digital. Serta bagaimana pemerintah dalam mendukung kreatifitas anak muda dalam menciptakan kreatifitasnya. Jelas mereka harus diberi fasilitas dan dilindungi karyanya misalnya membuat aturan tentang dunia digital yang lebih baik. Serta tidak hanya itu khususnya

¹ Eddy Soeryanto Soegoto, *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung, Edisi Revisi*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2014), hal. 502

²<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-> Diakses pada pukul 19.13 WIB di kota Malang

kampus menyediakan anggaran untuk mahasiswanya yang mempunyai usaha online yang sedang dilakukannya.

Penelitian yang terkait dengan rencana penelitian ini pernah dilakukan oleh Rizqi Iqbal Aminullah, dengan Judul *Pemberdayaan Komunitas Pinggiran Kota (Pendampingan Penguatan Ekonomi Pada Komunitas Pinggir Rel Kelurahan Sidotopo Kecamatan Semampir Surabaya Melalui Kelompok Yasinan)*. Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya pada Tahun 2018. Kesamaan dalam penelitian ini menyebutkan Penelitian ini menggunakan Metode Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Dalam metode pendekatan berbasis aset menekankan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat dalam mengoptimalkan aset-aset yang dimiliki komunitas. Hasil pendampingan ini adalah perubahan pola pikir warga komunitas pinggir rel Sidotopo yang pada awalnya tidak menyadari dengan aset kebersamaan yang dimilikinya. Dari perubahan pola pikir inilah kemudian berkembang pada pengoptimalan aset berupa kelompok yasinan dengan diadakan arisan modal untuk usaha didalamnya sehingga perekonomian warga mulai meningkat dengan usaha dari hasil arisan modal tersebut.³

Penelitian yang terkait dengan rencana penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Rina Erviyati, dengan Judul *Pendampingan Kewirausahaan Gypsum di Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung*. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Temanggung pada Tahun 2015. Kesamaan dalam penelitian ini menyebutkan penelitian ini menggunakan Metode Pendekatan Metode Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Dalam metode pendekatan berbasis aset menekankan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat dalam mengoptimalkan aset-aset yang dimiliki komunitas. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwasanya dibutuhkan pendampingan yang berkelanjutan karena terdapat banyak faktor penghambat yaitu kurangnya perhatian dari pemerintah daerah dan kurangnya kerjasama kelompok serta kurang saling komunikasi.⁴

Penelitian lain juga dilakukan oleh Risna Resnawaty, Nurliana Cipta Apsari, dan Budi Wibhawa. Dengan Judul *Pemberdayaan Ekonomi Lokal Melalui Pelatihan Perencanaan Bisnis Untuk Wirausaha Pemula*. Penelitian ini dilakukan di Desa Sukarasa Kecamatan Kalawu Kabupaten Tasikmalaya pada Tahun 2014. Kesamaan dalam penelitian ini menyebutkan penelitian ini menggunakan Metode Pendekatan Metode Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Dalam metode pendekatan berbasis aset menekankan pendekatan-pendekatan kepada masyarakat dalam mengoptimalkan aset-aset yang dimiliki komunitas. Berdasarkan hasil dari penelitian ini diketahui bahwa Desa Sukarasa tidak hanya memiliki potensi alam yang melimpah, namun didukung pula oleh sumber daya manusia yang

³Rizqi Iqbal Aminullah, "*Pemberdayaan Komunitas Pinggiran Kota : Pendampingan Penguatan Ekonomi Pada Komunitas Pinggir Rel Kelurahan Sidotopo Kecamatan Semampir Surabaya Melalui Kelompok Yasinan*" (Tahun 2018). UINSA hal. 105

⁴Rina Erviyati, "*Pendampingan Kewirausahaan Gypsum di Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung*" (Tahun 2015). UNY hal. 75

terampil terutama dalam kerajinan tangan dan olahan makanan. Walaupun demikian kondisi kehidupan masyarakat, terutama pada aspek ekonomi belumlah memadai, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kondisi kualitas SDM yang masih rendah dan infrastruktur desa yang juga belum memadai. Sebagai contoh masyarakat pelaku industri kerajinan tangan dan olahan makanan belum mampu untuk menghasilkan produk yang berbeda dan berkualitas bagus sehingga memiliki nilai jual tinggi.⁵

Pendampingan ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Based Community Development*, yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada disekitar dan dimiliki oleh pemuda atau komunitas mahasiswa. Mahasiswa merupakan aset yang berharga dari Perguruan Tinggi. Adanya pemuda atau mahasiswa merupakan generasi penerus untuk melanjutkan dan mengisi pembangunan yang berlangsung atau yang akan datang. Keberagaman pemikiran pemuda dapat digabungkan dengan melihat keterampilan atau potensi yang ada pada setiap pemuda. Keterampilan dari setiap mahasiswa dijadikan satu dalam wadah komunitas enterpreuner dan difasilitasi oleh UIN Malang.⁶ Dengan adanya komunitas bisa menjadikan sebuah kemajuan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemandirian agar bisa meningkatkan ekonomi. Dan sebuah lembaga yang ada di kampus bisa menjadikan perubahan yang berkelanjutan. Perubahan ini bisa mengikutkan partisipasi aktif bagi warga kampus sehingga bisa mengetahui perubahan yang diinginkan dan bisa melanjutkan kedepannya. Warga kampus juga bisa mengontrol pembangunan komunitas yang ada di kampus. Warga kampus juga ikut serta sebagai aktor berjalannya pengembangan toko tanpa lapak dengan dampingan pihak-pihak yang terkait.

Asset Based Community Development (ABCD) memiliki lima proses riset pendampingan, antara lain: *discovery* (Menemukan), pendamping melakukan wawancara kepada mahasiswa yang mempunyai usaha online tentang perkembangan usaha mereka. Wawancara tersebut dapat digiring untuk mengetahui aset dan potensi yang ada. Wawancara ini bersifat cerita antara mahasiswa dengan pendamping sehingga yang banyak berbicara nantinya adalah mahasiswa yang memiliki usaha online; *dream* (Impian) Dengan cara kreatif yang dilakukan secara kolektif untuk melihat masa depan yang mungkin bisa terwujud, apa yang sangat dihargai dikaitkan dengan apa yang paling diinginkan. Pada tahap ini, setiap orang mengeksplorasi harapan dan impian mereka, baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk kepentingan kolektif. Sebuah mimpi atau visi bersama terhadap masa depan yang bisa terdiri dari gambar, tindakan, kata-kata, dan foto. Setelah melakukan wawancara kepada mahasiswa yang mempunyai usaha online. Pendamping

⁵Risna Resnawaty, Nurliana Cipta Apsari, dan Budi Wibhawa, “Pemberdayaan Ekonomi Lokal Melalui Pelatihan Perencanaan Bisnis Untuk Wirasaha Pemula Desa Sukarasa Kecamatan Kalawu Kabupaten Tasikmalaya” (2014) 4:1 Social Work Journal hal. 57

⁶Christopher Dureau, *Pembaru dan kekuatan lokal untuk pembangunan*, (Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, Agustus 2013), hal. 96-97

mulai mengetahui impian atau keinginan mahasiswa yang mempunyai usaha online. Setelah mengetahui keinginan atau impian maka langkah selanjutnya yaitu merancang sebuah kegiatan untuk memenuhi impian komunitas mahasiswa yang mempunyai usaha online; *design* (Merancang) proses merencanakan ini merupakan proses cara mengetahui aset-aset yang ada pada mahasiswa UIN Malang. Aset yang terlihat di dalam kampus mengenai jiwa kemandirian mahasiswa dalam menjalankan usaha online. Bagaimana nanti kita akan mewujudkan keinginannya; *define* (Menentukan) fokus pembahasan yang akan dibahas berupa hal yang positif. Poses FGD tersebut bisa berjalan dengan lancar kalau sudah disepakati pembahasan yang akan dibahas dalam diskusi antara pendamping (Holding UIN Malang, BLK Pemerintah Kota Malang, pelaku usaha); *define* (Lakukan) serangkaian tindakan inspiratif yang mendukung proses belajar terus menerus dan inovasi tentang “apa yang akan terjadi”. Hal ini merupakan fase akhir yang secara khusus fokus pada cara-cara personal dan organisasi untuk melangkah maju. Langkah yang terakhir adalah melaksanakan kegiatan yang sudah disepakati untuk memenuhi impian komunitas mahasiswa dari pemanfaatan aset.⁷ Dari uraian di atas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut; bagaimana kebijakan kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam mendampingi Toko Tanpa Lapak milik mahasiswa dan bagaimana komunitas mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam mengembangkan Toko Tanpa Lapak yang dijalankan.

Pembahasan

Hasil yang didapatkan setelah melakukan penyebaran angket kepada mahasiswa dengan sample 7 (tujuh) fakultas di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dapat disimpulkan bahwa Keterlibatan mahasiswa dalam bisnis atau perdagangan dari 7 (tujuh) fakultas memperoleh prosentase sebagai berikut: Fakultas Tarbiyah terdapat 155 mahasiswa dengan prosentase 49% yang mempunyai bisnis atau perdagangan dan mahasiswa yang tidak mempunyai atau tidak menjalankan bisnis/perdagangan terdapat 161 mahasiswa dengan prosentase 51%. Fakultas Syariah terdapat 81 mahasiswa dengan prosentase 40% mempunyai bisnis atau perdagangan dan yang tidak mempunyai dan menjalankan bisnis/perdagangan terdapat 124 mahasiswa dengan prosentase 60%. Fakultas Ekonomi terdapat 124 mahasiswa dengan prosentase 63% yang mempunyai bisnis atau perdagangan dan yang tidak mempunyai dan menjalankan bisnis atau perdagangan terdapat 72 mahasiswa dengan prosentase 37%.

Fakultas Psikologi terdapat 48 mahasiswa dengan prosentase 54% yang mempunyai bisnis atau perdagangan dan yang tidak mempunyai dan menjalankan bisnis/perdagangan terdapat 41 mahasiswa dengan prosentase 46%. Fakultas Humaniora terdapat 67 mahasiswa dengan prosentase 43% yang mempunyai bisnis atau perdagangan dan yang tidak mempunyai dan menjalankan bisnis atau perdagangan terdapat 89 mahasiswa dengan

⁷Christopher Dureau, *Pembaru dan kekuatan lokal untuk pembangunan*, hal. 96-97

prosentase 57%. Fakultas Saintek terdapat 13 mahasiswa dengan prosentase 27% yang mempunyai bisnis atau perdagangan dan yang tidak mempunyai dan menjalankan bisnis atau perdagangan terdapat 35 mahasiswa dengan prosentase 73%. Kesimpulan yang didapatkan dari data di atas bahwa keterlibatan mahasiswa dalam bisnis atau perdagangan mayoritas dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dengan jumlah 124 mahasiswa atau 63%.

Hasil dari angket menunjukkan lapak mahasiswa yang digunakan saat berjualan antara lain: Fakultas Tarbiyah terdapat 25 mahasiswa dengan prosentase 14% yang memiliki bisnis memiliki toko dan yang memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 129 mahasiswa dengan prosentase 72%, serta yang memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 26 mahasiswa dengan prosentase 14%. Fakultas Syariah terdapat 10 mahasiswa dengan prosentase 13% yang memiliki bisnis dan ada tokonya, memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 56 mahasiswa dengan prosentase 70%, serta yang memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 46 mahasiswa dengan prosentase 18%. Fakultas Ekonomi terdapat 17 mahasiswa dengan prosentase 14% memiliki bisnis dan ada tokonya, memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 71 mahasiswa dengan prosentase 57%, memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 37 mahasiswa dengan prosentase 30%. Fakultas Psikologi terdapat 8 mahasiswa dengan prosentase 17% memiliki bisnis dan tokonya, memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 31 mahasiswa dengan prosentase 67%, serta yang memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 7 mahasiswa dengan prosentase 15%.

Fakultas Humaniora terdapat 9 mahasiswa dengan prosentase 12% memiliki bisnis dan ada tokonya, memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 39 mahasiswa dengan prosentase 51%, serta yang memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 29 mahasiswa dengan prosentase 38%. Fakultas Kedokteran terdapat 17 mahasiswa dengan prosentase 14% memiliki bisnis dan ada tokonya, memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 70 mahasiswa dengan prosentase 57%, serta yang memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 36 mahasiswa dengan prosentase 29%. Fakultas Saintek terdapat 3 mahasiswa dengan prosentase 23%, memiliki bisnis dan ada tokonya, memiliki bisnis tapi hanya online terdapat 8 mahasiswa dengan prosentase 62%, serta yang memiliki bisnis keduanya (toko dan online) terdapat 2 mahasiswa dengan prosentase 15%. Kesimpulan yang didapatkan dari data di atas bahwa lapak yang digunakan mahasiswa untuk berjualan paling banyak menggunakan lapak online jumlah 404 mahasiswa dengan prosentase 63%. Berjualan menggunakan toko dan online berjumlah 151 mahasiswa dengan prosentase 23% dan paling sedikit berjualan dan mempunyai toko berjumlah 89 mahasiswa dengan prosentase 14%.

Hasil data dilihat dari produk yang dijual, data yang didapatkan dari poin a sampai f (makanan dan minuman, perlengkapan wisuda, aksesoris elektronik, fashion, pembayaran token listrik, air, pulsa, tiket, dan lainnya). Hasil angket menunjukkan dari 7 (tujuh) fakultas berjualan, yaitu: 226 mahasiswa dengan prosentase 33% berjualan fashion; 169 mahasiswa dengan

prosentase 25% berjualan makanan dan minuman; 166 mahasiswa dengan prosentase 24% berjualan lainnya; 78 mahasiswa dengan prosentase 11% berjualan pembayaran token listrik, air, pulsa, tiket, dan lain-lainnya; 35 mahasiswa dengan prosentase 5% berjualan aksesoris; dan 9 mahasiswa dengan prosentase 1% berjualan perlengkapan wisuda. dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dari 7 (tujuh) fakultas dan 6 jenis barang yang dijual mayoritas adalah menjual fashion dengan jumlah 226 mahasiswa dengan prosentase 33% dan yang paling sedikit adalah menjual perlengkapan wisuda dengan jumlah 9 mahasiswa dengan prosentase 1%.

Hasil data angket dilihat dari media pemasaran produk (didapat dari poin a sampai f (whatshApp, Instagram, facebook, twitter, line, dan lainnya). Berdasarkan 7 (tujuh) fakultas media pemasaran produk yang digunakan sebagai berikut: 391 mahasiswa dengan prosentase 40% menggunakan WhatshApp sebagai media pemasaran produk; 308 mahasiswa dengan prosentase 32% menggunakan Instagram sebagai media pemasaran produk; 115 mahasiswa dengan prosentase 12% menggunakan Facebook sebagai media pemasaran produk; 24 mahasiswa dengan prosentase 2% menggunakan Twitter sebagai media pemasaran produk; 29 mahasiswa dengan prosentase 3% menggunakan Line sebagai media pemasaran produk; dan 166 mahasiswa dengan prosentase 24% menggunakan media lainnya sebagai media pemasaran produk. Kesimpulan dari pemaparan data di atas ialah 7 (tujuh) fakultas dari 6 (enam) media pemasaran produk, mayoritas mahasiswa menggunakan WhatshApp sebagai media pemasaran produk dengan jumlah 391 mahasiswa persentasenya 40%. Media yang paling sedikit digunakan ialah media Twitter dengan jumlah mahasiswa pengguna 24 mahasiswa dengan prosentase 2%.

Hasil data dilihat dari penghasilan dalam satu bulan (data diperoleh dari poin a sampai c kurang dari Rp. 100.000 – Rp. 1.000.000, lebih dari Rp. 1.000.000 berdasarkan 7 (tujuh) fakultas ditemukan hasil sebagai berikut: 224 mahasiswa dengan prosentase 57% berpenghasilan kurang dari Rp. 100.000/bulan; 315 mahasiswa dengan prosentase 80% berpenghasilan Rp. 100.000 – Rp. 1.000.000/bulan; dan 81 mahasiswa dengan prosentase 20% berpenghasilan lebih dari Rp. 1.000.000/bulan. Data tersebut dapat disimpulkan dari 7 fakultas dan 3 jenis perkiraan penghasilan dalam satu bulan, mahasiswa mayoritas mendapatkan hasil Rp. 100.000- Rp. 1.000.000/bulan berjumlah 315 mahasiswa dengan prosentase 80% dan paling sedikit mendapatkan hasil lebih dari Rp. 1.000.000/bulan berjumlah 81 mahasiswa dengan prosentase 20%.

Hasil data angket dilihat dari status kepemilikan usaha (data didapatkan dari poin a sampai d meliputi owner, reseller, vendor, dan lainnya) berdasarkan 7 (tujuh) fakultas data yang diperoleh sebagai berikut: 261 mahasiswa dengan prosentase 41% kepemilikannya sebagai owner/pemilik; 312 mahasiswa dengan prosentase 49% kepemilikannya sebagai reseller/distributor; 32 mahasiswa dengan prosentase 5% kepemilikannya sebagai vendor/produsen/supplier; dan 27 mahasiswa dengan prosentase 4%

kepemilikannya sebagai lainnya. Hasil data angket di atas dapat disimpulkan dari 7 (tujuh) fakultas dan 3 (tiga) jenis status kepemilikan usaha mayoritas mahasiswa menjadi reseller/distributor berjumlah 312 mahasiswa dengan prosentase 49%.

Hasil angket data dilihat dari kepemilikan izin usaha/legalitas usaha didapatkan hasil sebagai berikut: 266 mahasiswa dengan prosentase 44% memiliki izin usaha; 340 mahasiswa dengan prosentase 56% tidak memiliki izin usaha. Dapat disimpulkan dari 7 (tujuh) fakultas mayoritas tidak memiliki izin usaha atau legalitas berjumlah 340 mahasiswa dengan prosentase 56%.

Hasil angket berdasarkan berkenan mengembangkan usaha bersama kelompok data yang didapatkan mayoritas mahasiswa dari 7 fakultas berkenan untuk mengembangkan usaha merek. Dengan jumlah 452 mahasiswa dengan prosentase 77% responden menjawab iya.

Penutup

Proses pendampingan yang dilakukan ini diharapkan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat membangun ekonomi secara mandiri. Hal tersebut dinilai menjadi langkah awal menciptakan ekonomi kreatif dikalangan milenial, mengingat pentingnya membangun lapangan pekerjaan untuk menekan tingkat pengangguran. Riset yang dilakukan menggunakan *Asset Based Community Development* (ABCD), metode tersebut menggunakan atau memanfaatkan aset yang dimiliki. ABCD mengembangkan aset yang telah dimiliki menjadi produk siap pakai kepada masyarakat. Setelah berjalannya riset ini pada tahapan pemberdayaan dari 7 (tujuh) fakultas yang mengisi angket “Toko Tanpa Lapak” total keterlibatan mahasiswa memiliki lapak online mayoritas dari Fakultas Ekonomi 124 mahasiswa atau dengan prosentase 63%. Lapak yang digunakan saat berjualan dari angket yang telah tersebar totalnya 404 mahasiswa atau dengan prosentase 63% menggunakan lapak online. Dari data tersebut terlihat bahwa mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang banyak melakukan aktifitas berjualan di dunia maya atau online. Temuan yang didapatkan merefleksikan bahwa ketidak hadirannya wadah atau sistem dalam mewadahi para mahasiswa yang memiliki lapak online.

Kekosongan dalam mewadahi aset yang dimiliki, kemudian perlu diadakan sebuah sistem yang dapat menaungi mahasiswa yang memiliki bisnis online. Dengan adanya sebuah sistem yang menaungi para mahasiswa memiliki bisnis online, dapat mengembangkan bisnis-bisnis pun adanya legalitas dari kampus dapat menunjang segi keamanan agar konsumen tidak ragu akan membeli barang online yang tersedia. Hal tersebut diperlukan guna menjaga kepercayaan konsumen terhadap produsen penyediaan barang online, mengingat maraknya penipuan berbasis online. Disisi lain dengan adanya sistem yang mewadahi lapak online ini dapat menjalin dan memperluas kemitraan pihak kampus dengan mahasiswa.

Dalam pendampingan yang dilakukan untuk mendapatkan masalah adalah hal yang sudah lumrah. Adanya masalah membuat kita semakin berkembang dan maju ke depan. Pemecahan masalah yang kita lakukan adalah

membentuk FGD (Fokus Grup Diskusi) selama tiga kali berturut-turut dengan melibatkan mahasiswa, pemateri, dan juga jajarannya kampus. Diskusi yang telah berjalan mendapat titik temu, bahwa belum adanya sebuah sistem dalam mewadahi mahasiswa yang memiliki lapak online kedalam satu wadah. Metode yang kita pakai adalah ABCD sehingga dengan mengorganisir mahasiswa yang jualan maka kita dapat memberikan bantuan pendampingan aset yang mereka miliki secara bertatap muka dan membantu mewadahi adalah solusi yang kita pakai dalam memecahkan masalah. Capaian dari pendampingan ini adanya website yang bisa memasarkan produk-produk mahasiswa dalam berjualan, adanya jaringan pemasaran yang lebih luas lagi karena bekerjasama dengan SAHABAT UMKM, dan menjadikan kampus yang ramah terhadap mahasiswa yang mempunyai bisnis sehingga memberi feedback terhadap kampus ke depannya.

Daftar Pustaka

- Dureau Christopher, *Pembaru dan kekuatan lokal untuk pembangunan*, (Australian Community Development and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, Agustus 2013).
<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-pada-pukul-19>. 13 WIB di kota Malang
- Soeryanto Eddy Soegoto, *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung, Edisi Revisi*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2014).
- Erviyati Rina, dengan Judul *Pendampingan Kewirausahaan Gypsum di Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung*. Tahun 2015
- Resnawaty Risna, Nurliana Cipta Apsari, Budi Wibhawa, dan Budi Wibhawa. Dengan Judul *Pemberdayaan Ekonomi Lokal Melalui Pelatihan Perencanaan Bisnis Untuk Wirausaha Pemula*. Desa Sukarasa Kecamatan Kalawu Kabupaten Tasikmalaya pada Tahun 2014.
- Iqbal Rizqi Aminullah, dengan Judul *Pemberdayaan Komunitas Pinggiran Kota (Pendampingan Penguatan Ekonomi Pada Komunitas Pinggir Rel Kelurahan Sidotopo Kecamatan Semampir Surabaya Melalui Kelompok Yasinan)*, Tahun 2018.