

IMPLEMENTASI PRAKTIK BISNIS NYATA BERBASIS *MARKETPLACE* DALAM PEMBELAJARAN APLIKASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNIK BANGUNAN

Sholatul Naisra¹, Fani Keprila Prima², Henny Yustisia³, Laras Oktavia Andreas⁴

Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan, Departemen Teknik Sipil, Fakultas Teknik,
Universitas Negeri Padang¹

Departemen Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang^{2,3,4}

e-mail: keprilaprima@ft.unp.ac.id

Diterima: 8/7/2026; Direvisi: 15/7/2026; Diterbitkan: 24/7/2026

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong perlunya inovasi pembelajaran kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan konsep, tetapi juga memberikan pengalaman bisnis yang autentik melalui pemanfaatan platform digital. Namun, pembelajaran Aplikasi Kewirausahaan pada Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan masih didominasi oleh pendekatan teoritis sehingga belum mengintegrasikan praktik bisnis berbasis *marketplace* secara sistematis. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *Pretest–Posttest Control Group Design* yang melibatkan 52 mahasiswa, terdiri atas 26 mahasiswa pada kelas eksperimen dan 26 mahasiswa pada kelas kontrol. Data dikumpulkan melalui tes *pretest* dan *posttest* yang telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelas eksperimen memperoleh peningkatan keterampilan kewirausahaan digital yang lebih tinggi dibandingkan kelas kontrol dengan nilai signifikansi $< 0,05$, *effect size* berkategori sangat besar, dan nilai *N-Gain* sebesar 0,81 yang termasuk kategori tinggi. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa integrasi praktik bisnis nyata melalui *marketplace* merupakan strategi pembelajaran yang efektif dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa sekaligus menjadi alternatif model pembelajaran yang lebih kontekstual, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan transformasi ekonomi digital di pendidikan tinggi.

Kata Kunci: *Praktik Bisnis Nyata, Marketplace, Keterampilan Kewirausahaan Digital, Pembelajaran Kewirausahaan, Experiential Learning.*

ABSTRACT

Digital transformation has highlighted the need for innovative entrepreneurship learning approaches that extend beyond conceptual understanding by providing authentic business experiences through digital platforms. However, the Entrepreneurship Application course in the Building Engineering Education Study Program has remained predominantly theory-oriented and has not systematically integrated marketplace-based business practice into the learning process. This study aimed to analyze the effectiveness of implementing authentic business practice through marketplace platforms in improving students' digital entrepreneurship skills. A quantitative approach employing a *Pretest–Posttest Control Group Design* was adopted, involving 52 students divided equally into an experimental group and a control group. Data were collected using validated and reliable pretest and posttest instruments and analyzed through descriptive and inferential statistical techniques. The findings revealed that the

experimental group demonstrated significantly greater improvement in digital entrepreneurship skills than the control group, with a significance value of $p < 0.05$, a very large effect size, and an N-Gain score of 0.81, indicating a high level of improvement. These findings provide empirical evidence that integrating authentic business practice through marketplace platforms is an effective learning strategy for developing students' digital entrepreneurship skills. Furthermore, this study proposes an innovative learning model that combines authentic digital business activities with entrepreneurship education, offering a contextual and adaptive approach to addressing the demands of digital economic transformation in higher education.

Keywords: *Authentic Business Practice, Marketplace, Digital Entrepreneurship Skills, Entrepreneurship Education, Experiential Learning.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu, organisasi, dan institusi pendidikan menjalankan berbagai aktivitas, termasuk dalam proses pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi. Transformasi menuju ekonomi digital menuntut lulusan tidak hanya menguasai kompetensi akademik sesuai bidang keilmuan, tetapi juga memiliki kemampuan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang usaha yang inovatif dan berdaya saing. Kondisi tersebut mendorong perguruan tinggi untuk mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta mampu membentuk kompetensi kewirausahaan digital mahasiswa. Hasil *systematic literature review* yang dilakukan oleh Nabila et al. (2025) menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di pendidikan tinggi mulai bergeser dari pendekatan konseptual menuju pembelajaran berbasis pengalaman yang menekankan penguasaan kompetensi praktis sesuai kebutuhan dunia kerja dan industri. Temuan tersebut diperkuat oleh Utami et al. (2026) yang menyatakan bahwa literasi digital, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial mindset* merupakan faktor penting yang memengaruhi kesiapan mahasiswa dalam menghadapi ekosistem kewirausahaan digital. Selain itu, Arsyad (2026) menegaskan bahwa implementasi *edupreneurship* berbasis ekonomi digital mampu memperkuat kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui integrasi pembelajaran dengan pemanfaatan teknologi digital dan aktivitas kewirausahaan yang kontekstual, sehingga lulusan lebih siap menghadapi tantangan ekonomi berbasis inovasi.

Pendidikan kewirausahaan pada hakikatnya tidak hanya bertujuan menanamkan pengetahuan mengenai konsep bisnis, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, komunikasi, kolaborasi, serta pengambilan keputusan melalui pengalaman belajar yang autentik. Pendekatan pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengalami secara langsung proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi aktivitas bisnis dinilai lebih efektif dalam membentuk kompetensi kewirausahaan dibandingkan pembelajaran yang hanya berpusat pada penyampaian teori. Rahmi (2025) menjelaskan bahwa penerapan *Experiential Learning* berbasis literasi digital mampu meningkatkan kemampuan *problem solving* mahasiswa karena peserta didik terlibat secara aktif dalam menyelesaikan permasalahan yang muncul selama proses pembelajaran. Sejalan dengan itu, Azahra et al. (2025) melaporkan bahwa implementasi aktivitas bisnis secara langsung mampu meningkatkan kompetensi bisnis mahasiswa melalui penguatan pengalaman nyata, kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan keterampilan bekerja sama dalam menyelesaikan berbagai tantangan bisnis.

Perkembangan berbagai platform *marketplace* memberikan peluang baru bagi perguruan tinggi untuk menghadirkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan transformasi digital. Platform seperti Shopee, TikTok Shop,

Tokopedia, maupun berbagai media perdagangan digital lainnya memungkinkan mahasiswa menjalankan aktivitas bisnis secara nyata tanpa harus memiliki investasi awal yang besar. Melalui pemanfaatan *marketplace*, mahasiswa dapat mempraktikkan berbagai tahapan bisnis, mulai dari identifikasi kebutuhan pasar, penyusunan strategi pemasaran digital, pengelolaan produk, pelayanan pelanggan, hingga evaluasi performa penjualan berdasarkan data transaksi yang diperoleh secara langsung. Gigir et al. (2026) menjelaskan bahwa *marketplace* berperan sebagai media yang efektif dalam mengembangkan kewirausahaan digital bagi pelaku usaha pemula karena mampu memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan kompetensi digital. Temuan tersebut sejalan dengan Indriansyah et al. (2025) yang menyatakan bahwa penguasaan strategi *digital marketing* melalui pemanfaatan media digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas promosi, membangun hubungan dengan konsumen, serta memperkuat daya saing usaha pada era ekonomi digital. Selain itu, Sofyan et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi *e-marketplace* dalam kegiatan pembelajaran mampu meningkatkan kemampuan peserta didik dalam mengelola bisnis berbasis teknologi secara lebih sistematis.

Meskipun berbagai inovasi pembelajaran kewirausahaan terus berkembang, implementasinya di perguruan tinggi masih menghadapi sejumlah tantangan. Pembelajaran pada mata kuliah Aplikasi Kewirausahaan umumnya masih didominasi oleh penyusunan *business plan*, presentasi proposal usaha, simulasi sederhana, atau *Project-Based Learning* yang belum sepenuhnya memberikan pengalaman menjalankan bisnis pada kondisi pasar yang sesungguhnya. Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaksanaan mata kuliah Aplikasi Kewirausahaan di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Universitas Negeri Padang, di mana praktik bisnis berbasis *marketplace* belum menjadi bagian yang terintegrasi secara sistematis dalam proses pembelajaran. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Project-Based Learning* (Pratiwi, 2025) maupun *Teaching Factory* (Suwito & Sulistyowati, 2025) mampu meningkatkan kompetensi dan minat berwirausaha mahasiswa, namun sebagian besar masih berorientasi pada pengembangan proyek atau simulasi pembelajaran. Oleh karena itu, diperlukan suatu model pembelajaran yang tidak hanya mengembangkan kemampuan merancang usaha, tetapi juga memberikan pengalaman menjalankan bisnis digital secara langsung sehingga mahasiswa mampu mengembangkan kompetensi kewirausahaan digital yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan dunia usaha berbasis teknologi.

Berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi mahasiswa. Nabila et al. (2025) dalam kajian *systematic literature review* menyimpulkan bahwa tren pembelajaran kewirausahaan di pendidikan tinggi semakin mengarah pada pendekatan yang mengintegrasikan pengalaman praktik, teknologi digital, dan pengembangan kompetensi abad ke-21. Temuan tersebut didukung oleh Budiman dan Putri (2026) yang menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*, terutama apabila proses pembelajaran dirancang secara kontekstual dan melibatkan mahasiswa dalam aktivitas yang menyerupai kondisi dunia usaha. Selain itu, Utami et al. (2026) menegaskan bahwa penguasaan literasi digital, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial mindset* merupakan fondasi penting dalam membangun kesiapan mahasiswa menghadapi ekosistem kewirausahaan digital yang terus berkembang.

Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa implementasi pembelajaran kewirausahaan masih didominasi oleh model *Project-Based Learning*, *Teaching Factory*, maupun pengembangan modul pembelajaran yang berorientasi pada penyusunan proyek dan perencanaan bisnis. Pratiwi (2025) melaporkan bahwa penerapan

Project-Based Learning mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap konsep kewirausahaan, sedangkan Suwito dan Sulistyowati (2025) menemukan bahwa *Teaching Factory* memberikan kontribusi positif terhadap minat berwirausaha peserta didik. Di sisi lain, Rahmi (2025) menunjukkan bahwa penerapan *Experiential Learning* berbasis literasi digital efektif meningkatkan kemampuan *problem solving* mahasiswa, sementara Azahra et al. (2025) membuktikan bahwa implementasi bisnis secara langsung dapat memperkuat kompetensi bisnis mahasiswa. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih menempatkan aktivitas praktik sebagai simulasi pembelajaran atau proyek akademik sehingga mahasiswa belum sepenuhnya menghadapi dinamika transaksi, pelayanan pelanggan, pemasaran digital, serta persaingan pasar yang terjadi dalam lingkungan bisnis yang sesungguhnya.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian besar penelitian berfokus pada peningkatan motivasi berwirausaha, *entrepreneurial intention*, atau pengembangan kemampuan melalui proyek pembelajaran, sedangkan penelitian yang mengintegrasikan praktik bisnis nyata menggunakan *marketplace* sebagai bagian dari proses pembelajaran masih relatif terbatas, khususnya pada program studi kependidikan teknik. Selain itu, evaluasi keberhasilan pembelajaran pada penelitian sebelumnya umumnya lebih banyak menggunakan indikator persepsi, minat, atau sikap mahasiswa, sementara pengukuran peningkatan kompetensi melalui desain eksperimen dengan analisis *pretest-posttest*, *effect size*, dan *normalized gain* masih belum banyak dilaporkan. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan berupa implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* yang memungkinkan mahasiswa terlibat secara langsung dalam keseluruhan proses bisnis digital, mulai dari identifikasi peluang usaha, pemasaran, transaksi, pelayanan pelanggan, hingga evaluasi kinerja usaha berdasarkan kondisi pasar yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Universitas Negeri Padang. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan model pembelajaran kewirausahaan yang lebih kontekstual, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan transformasi digital di pendidikan tinggi. Selain memperkaya kajian mengenai implementasi *Experiential Learning* dalam pembelajaran kewirausahaan, hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi dosen dan pengelola program studi dalam merancang pembelajaran yang tidak hanya menekankan penguasaan konsep, tetapi juga membangun pengalaman bisnis autentik melalui pemanfaatan *marketplace*. Dengan demikian, lulusan diharapkan memiliki kompetensi kewirausahaan digital yang lebih komprehensif serta kesiapan yang lebih baik untuk menghadapi tantangan dunia usaha dan industri pada era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *quasi experiment* menggunakan desain *Pretest–Posttest Control Group Design*. Desain tersebut dipilih untuk membandingkan perubahan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa sebelum dan sesudah perlakuan pada kelas eksperimen serta membandingkannya dengan kelas kontrol yang memperoleh pembelajaran konvensional. Penelitian dilaksanakan pada Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan, Departemen Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang pada semester Januari–Juni 2026. Populasi penelitian meliputi seluruh mahasiswa yang menempuh mata kuliah Aplikasi Kewirausahaan pada semester tersebut, sedangkan sampel

berjumlah 52 mahasiswa yang terdiri atas 26 mahasiswa pada kelas eksperimen dan 26 mahasiswa pada kelas kontrol. Sampel ditentukan menggunakan teknik *intact group sampling* karena pembagian kelas telah ditetapkan oleh program studi sebelum penelitian dilaksanakan, sehingga setiap kelas memperoleh perlakuan yang berbeda tanpa dilakukan pengacakan ulang terhadap anggota kelas.

Perlakuan pada kelas eksperimen dilaksanakan selama delapan kali pertemuan dengan durasi 150 menit pada setiap pertemuan melalui implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace*. Kegiatan pembelajaran meliputi identifikasi peluang usaha, pemilihan produk, pembuatan akun bisnis, penyusunan strategi *digital marketing*, publikasi produk, pengelolaan transaksi, pelayanan pelanggan, serta evaluasi hasil penjualan menggunakan platform Shopee, TikTok Affiliate, dan Lynk. Sementara itu, kelas kontrol mengikuti pembelajaran yang biasa diterapkan oleh dosen, yaitu penyampaian materi, diskusi, dan penyusunan tugas tanpa praktik bisnis secara langsung. Pengumpulan data dilakukan melalui pemberian *pretest* sebelum perlakuan dan *posttest* setelah seluruh rangkaian pembelajaran selesai dilaksanakan menggunakan instrumen tes objektif sebanyak 30 butir soal yang disusun berdasarkan lima indikator keterampilan kewirausahaan digital, yaitu kemampuan *digital marketing*, pengelolaan toko daring, komunikasi bisnis berbasis platform digital, manajemen transaksi, dan pemecahan masalah dalam bisnis digital. Sebelum digunakan, instrumen telah melalui uji validitas isi oleh ahli, uji validitas empiris menggunakan korelasi *Product Moment*, uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, serta uji tingkat kesukaran dan daya pembeda sehingga memenuhi kriteria sebagai instrumen penelitian.

Data penelitian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan simpangan baku, kemudian dilanjutkan dengan uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk* serta uji homogenitas menggunakan *Levene's Test* sebagai prasyarat analisis. Data yang memenuhi asumsi parametrik dianalisis menggunakan *Paired Samples t-test* dan *Independent Samples t-test*, sedangkan data yang tidak memenuhi asumsi normalitas dianalisis menggunakan uji nonparametrik yang sesuai. Besarnya pengaruh perlakuan dihitung menggunakan *effect size (Cohen's d)*, sedangkan efektivitas peningkatan keterampilan kewirausahaan digital dianalisis menggunakan *Normalized Gain (N-Gain)*. Seluruh pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) untuk menentukan pengaruh implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* terhadap keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis hasil penelitian dilakukan secara bertahap melalui analisis statistik deskriptif, uji prasyarat analisis, uji hipotesis, analisis *effect size*, dan perhitungan *Normalized Gain (N-Gain)*. Penyajian hasil dilakukan dalam bentuk tabel, gambar, dan deskripsi singkat agar memudahkan pembaca memahami data penelitian. Seluruh hasil disajikan secara objektif berdasarkan output analisis statistik tanpa menguraikan makna atau implikasinya.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran awal mengenai hasil belajar peserta didik sebelum dan sesudah penerapan perlakuan. Analisis ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan simpangan baku pada kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol. Informasi tersebut digunakan untuk melihat kecenderungan perubahan hasil

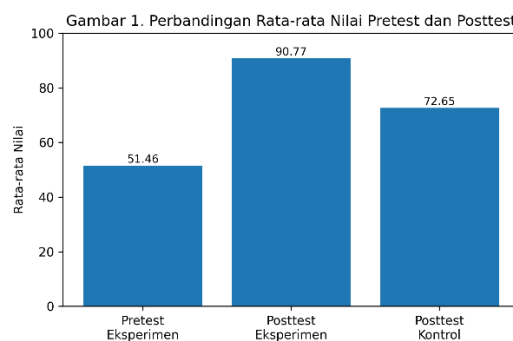
belajar serta variasi data pada setiap kelompok sebelum dilakukan analisis inferensial. Ringkasan hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Hasil *Pretest* dan *Posttest*

Kelompok	N	Minimum	Maksimum	Mean	SD
<i>Pretest</i> Eksperimen	26	47	56	51,46	2,40
<i>Posttest</i> Eksperimen	26	86	100	90,77	3,49
<i>Posttest</i> Kontrol	26	68	76	72,65	2,19

Hasil analisis deskriptif Tabel 1, menunjukkan adanya peningkatan hasil belajar yang sangat jelas setelah penerapan perlakuan pada kelompok eksperimen. Rata-rata nilai peserta didik setelah perlakuan berada pada kategori yang jauh lebih tinggi dibandingkan kondisi awal sebelum perlakuan diberikan. Jika dibandingkan dengan kelompok kontrol, kelompok eksperimen juga menunjukkan capaian akhir yang lebih baik sehingga mengindikasikan adanya perbedaan hasil belajar antar kelompok. Selain itu, penyebaran nilai yang relatif kecil menunjukkan bahwa peningkatan hasil belajar terjadi secara konsisten pada sebagian besar peserta didik.

Untuk memberikan visualisasi yang lebih jelas mengenai perbedaan hasil belajar antar kelompok, data rata-rata yang telah disajikan pada Tabel 1 ditampilkan kembali dalam bentuk grafik. Penyajian grafik bertujuan memudahkan pembaca mengamati pola perubahan hasil belajar sebelum dan sesudah perlakuan serta membandingkannya dengan kelompok kontrol. Visualisasi ini melengkapi informasi statistik deskriptif sehingga kecenderungan perubahan nilai dapat dipahami secara lebih cepat. Perbandingan rata-rata hasil belajar peserta didik disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Perbandingan Rata-rata Nilai *Pretest* dan *Posttest*

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa kelompok eksperimen mengalami peningkatan hasil belajar yang jauh lebih tinggi setelah memperoleh perlakuan dibandingkan kondisi sebelum perlakuan maupun dibandingkan kelompok kontrol. Perbedaan tinggi batang grafik menunjukkan adanya selisih rata-rata yang cukup besar antara posttest kelompok eksperimen dan posttest kelompok kontrol. Temuan ini memperkuat hasil analisis statistik deskriptif yang menunjukkan bahwa peningkatan hasil belajar lebih dominan terjadi pada kelompok eksperimen. Secara visual, grafik memberikan gambaran yang konsisten bahwa perlakuan yang

diterapkan berkaitan dengan peningkatan capaian hasil belajar peserta didik dan menjadi dasar untuk dilakukan analisis statistik inferensial pada tahap berikutnya.

2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan sebagai bagian dari uji prasyarat analisis untuk mengetahui karakteristik distribusi data pada setiap kelompok penelitian. Pengujian menggunakan metode Shapiro-Wilk karena jumlah sampel pada masing-masing kelompok kurang dari 50 responden. Hasil uji normalitas menjadi dasar dalam menentukan jenis uji statistik yang sesuai untuk pengujian hipotesis. Ringkasan hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Statistik W	p-value	Keterangan
<i>Pretest</i> Eksperimen	0,973	0,705	Normal
<i>Posttest</i> Eksperimen	0,910	0,027	Tidak Normal
<i>Posttest</i> Kontrol	0,962	0,427	Normal

Hasil uji normalitas Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak seluruh data penelitian memenuhi asumsi distribusi normal. Data pada pengukuran awal dan kelompok kontrol masih menunjukkan pola distribusi yang normal, sedangkan data hasil pengukuran akhir pada kelompok eksperimen menunjukkan penyimpangan dari distribusi normal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setelah perlakuan diberikan terjadi perubahan pola sebaran data pada kelompok eksperimen. Oleh karena itu, hasil uji normalitas menjadi dasar dalam menentukan teknik analisis statistik yang sesuai pada tahap pengujian berikutnya.

3. Hasil Uji Homogenitas

Selain normalitas, pengujian homogenitas dilakukan untuk mengetahui kesamaan varians antar kelompok penelitian. Kesamaan varians diperlukan agar data memenuhi salah satu asumsi dalam analisis komparatif. Pengujian dilakukan menggunakan Levene's Test pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian homogenitas ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Homogenitas

<i>Levene Statistic</i>	Sig.	α	Keterangan
1,989	0,165	0,05	Homogen

Hasil pengujian homogenitas Tabel 3 menunjukkan bahwa karakteristik varians antar kelompok penelitian relatif sama. Kesamaan varians tersebut menunjukkan bahwa data yang diperoleh berasal dari kelompok yang memiliki tingkat keragaman yang sebanding. Dengan demikian, perbedaan hasil yang ditemukan pada tahap selanjutnya tidak dipengaruhi oleh ketidaksamaan penyebaran data antar kelompok. Temuan ini memperkuat kualitas data penelitian karena salah satu prasyarat analisis telah terpenuhi.

4. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan hasil belajar berdasarkan data penelitian. Jenis uji yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik distribusi data hasil uji prasyarat. Analisis dilakukan menggunakan Paired Samples *t*-test dan

Wilcoxon Signed-Rank Test sesuai kebutuhan analisis. Ringkasan hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Uji Statistik	Nilai Statistik <i>p-value</i>	
<i>Paired Samples t-test</i>	64,751	0,000
<i>Wilcoxon Signed-Rank Test</i>	0,000	0,000

Pengujian hipotesis Tabel 4 menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara hasil pengukuran yang dibandingkan dalam penelitian ini. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa perlakuan yang diberikan berhubungan dengan perubahan hasil belajar peserta didik. Konsistensi hasil yang diperoleh dari dua jenis pengujian statistik semakin memperkuat bukti bahwa perubahan yang terjadi bukan disebabkan oleh faktor kebetulan semata. Dengan demikian, data penelitian memberikan dasar yang kuat untuk menerima hipotesis penelitian yang diajukan.

5. Hasil Analisis *Effect Size*

Selain menguji signifikansi statistik, penelitian ini juga menghitung *effect size* untuk mengetahui besarnya pengaruh perlakuan terhadap hasil belajar peserta didik. *Effect size* memberikan informasi mengenai kekuatan pengaruh yang dihasilkan sehingga tidak hanya bergantung pada nilai signifikansi. Perhitungan dilakukan menggunakan indeks Cohen's *d*. Ringkasan hasil analisis ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis *Effect Size*

Analisis	Nilai Kategori
<i>Cohen's d</i>	12,70 Sangat Besar

Analisis *effect size* Tabel 5 menunjukkan bahwa pengaruh perlakuan yang diberikan berada pada kategori yang sangat kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan hasil belajar yang terjadi tidak hanya signifikan secara statistik, tetapi juga memiliki makna praktis yang besar dalam konteks pembelajaran. Besarnya ukuran efek mengindikasikan bahwa perlakuan memberikan kontribusi yang substansial terhadap peningkatan hasil belajar peserta didik. Dengan demikian, efektivitas perlakuan dapat dilihat tidak hanya dari perbedaan skor, tetapi juga dari kekuatan pengaruh yang dihasilkan.

6. Hasil Analisis *Normalized Gain (N-Gain)*

Perhitungan *Normalized Gain* (N-Gain) dilakukan untuk mengetahui tingkat peningkatan hasil belajar setelah peserta didik memperoleh perlakuan. Analisis ini memberikan gambaran mengenai efektivitas peningkatan kemampuan berdasarkan selisih skor pretest dan posttest. Nilai N-Gain kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu untuk memudahkan interpretasi hasil. Ringkasan hasil analisis disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis *Normalized Gain (N-Gain)*

N	Nilai N-Gain	Kategori
26	0,81	Tinggi

Hasil analisis N-Gain pada Tabel 6 menunjukkan bahwa peningkatan hasil belajar peserta didik berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta didik mengalami peningkatan kemampuan yang optimal setelah mengikuti proses pembelajaran yang diberikan. Tingginya nilai peningkatan menunjukkan bahwa peserta didik mampu memanfaatkan pembelajaran secara efektif untuk mengembangkan pemahaman terhadap materi yang dipelajari. Dengan demikian, hasil analisis N-Gain memberikan bukti tambahan mengenai keberhasilan perlakuan dalam meningkatkan capaian belajar peserta didik.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan. Peningkatan tersebut tercermin dari kenaikan nilai *posttest* kelas eksperimen yang lebih tinggi dibandingkan kelas kontrol, disertai hasil uji statistik yang menunjukkan perbedaan signifikan setelah perlakuan diberikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas bisnis digital secara langsung mampu memperkuat proses pembelajaran dibandingkan pembelajaran yang hanya berfokus pada penyampaian materi konseptual. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman belajar yang diperoleh melalui aktivitas bisnis riil memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi kewirausahaan digital secara lebih komprehensif.

Temuan penelitian ini mendukung teori *Experiential Learning* yang menempatkan pengalaman langsung sebagai sumber utama pembentukan pengetahuan dan kompetensi. Mahasiswa tidak hanya menerima informasi mengenai kewirausahaan digital, tetapi juga mengalami secara langsung proses identifikasi peluang usaha, penyusunan strategi pemasaran, pengelolaan transaksi, hingga evaluasi hasil penjualan. Proses tersebut memungkinkan terjadinya integrasi antara pengalaman nyata dengan refleksi pembelajaran sehingga kompetensi berkembang secara bertahap. Temuan ini sejalan dengan penelitian Haryati dan Makarim (2025) yang menunjukkan bahwa penerapan model *Experiential Learning* mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik dalam pembelajaran kewirausahaan, serta didukung oleh Pazos et al. (2022) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman mampu meningkatkan kompetensi kerja sama tim, penyelesaian konflik, dan performa belajar pada pendidikan kewirausahaan.

Efektivitas pembelajaran melalui praktik bisnis nyata juga menunjukkan bahwa mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mengembangkan keterampilan yang bersifat aplikatif. Selama proses pembelajaran, mahasiswa dihadapkan pada situasi nyata seperti menentukan produk, menyusun strategi promosi, berkomunikasi dengan konsumen, serta mengelola transaksi melalui platform digital. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa belajar melalui pengalaman langsung sehingga kemampuan pengambilan keputusan berkembang secara lebih optimal. Hasil ini memperkuat penelitian Munawaroh et al. (2026) yang menegaskan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan penguasaan kompetensi karena peserta didik belajar melalui aktivitas nyata, bukan hanya melalui penjelasan konseptual.

Implementasi *marketplace* sebagai media pembelajaran memberikan pengalaman yang lebih kontekstual terhadap perkembangan ekonomi digital. Platform digital memungkinkan mahasiswa memahami mekanisme pemasaran, pelayanan pelanggan, pengelolaan transaksi, serta pemanfaatan teknologi dalam aktivitas bisnis. Pengalaman tersebut menjadi bekal penting

bagi mahasiswa dalam menghadapi tuntutan dunia kerja maupun dunia usaha yang semakin terdigitalisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sakinah et al. (2026) yang mengembangkan *educational marketplace* sebagai sarana pendukung pembelajaran kewirausahaan, serta diperkuat oleh Wicaksono et al. (2025) yang menjelaskan bahwa adopsi *marketplace* berkontribusi terhadap peningkatan orientasi kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa praktik bisnis nyata berkontribusi terhadap penguatan kompetensi kewirausahaan digital mahasiswa. Kompetensi tersebut tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi digital, tetapi juga keterampilan berkomunikasi, menyusun strategi pemasaran, menyelesaikan masalah, serta mengambil keputusan dalam kondisi bisnis yang dinamis. Aktivitas pembelajaran seperti ini memberikan pengalaman belajar yang lebih autentik dibandingkan penyusunan proposal bisnis ataupun simulasi yang umum dilakukan pada pembelajaran konvensional. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian Suleman dan Siregar (2024) mengenai pentingnya pengembangan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa melalui pelatihan intensif, serta diperkuat oleh Yuniati et al. (2025) yang menunjukkan bahwa praktik kewirausahaan mampu meningkatkan kompetensi, kepercayaan diri, komunikasi, dan kolaborasi peserta didik.

Apabila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda pada bentuk implementasi pembelajaran. Penelitian terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada penerapan *Project-Based Learning*, *Teaching Factory*, maupun pelatihan kewirausahaan sebagai strategi pembelajaran. Sebaliknya, penelitian ini mengintegrasikan seluruh aktivitas bisnis digital ke dalam proses pembelajaran sehingga mahasiswa menjalankan proses bisnis secara utuh mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Perbedaan tersebut memperluas temuan penelitian Pratiwi mengenai *Project-Based Learning*, Suwandi et al. (2023) mengenai *Teaching Factory*, serta Friani (2025) mengenai pembelajaran berbasis proyek, karena penelitian ini memberikan pengalaman bisnis digital yang berlangsung pada kondisi pasar yang sebenarnya melalui *marketplace*.

Temuan penelitian ini juga menjawab kesenjangan penelitian yang telah diidentifikasi pada bagian pendahuluan. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak mengevaluasi efektivitas pendidikan kewirausahaan terhadap peningkatan minat atau intensi berwirausaha, sedangkan penelitian ini berfokus pada peningkatan keterampilan kewirausahaan digital melalui pengalaman menjalankan bisnis secara langsung. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa integrasi praktik bisnis berbasis *marketplace* mampu menghasilkan peningkatan kompetensi yang terukur melalui hasil *pretest-posttest*, *effect size*, dan *N-Gain*. Temuan tersebut sejalan dengan hasil *systematic literature review* oleh Nabila et al. (2025) yang merekomendasikan perlunya pembelajaran kewirausahaan yang lebih berbasis praktik, serta mendukung temuan Savira et al. (2023) bahwa pembelajaran kewirausahaan pada era digital perlu diarahkan pada pengalaman belajar yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan teknologi.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi perlu diarahkan pada aktivitas bisnis yang autentik sehingga mahasiswa memperoleh pengalaman yang mendekati kondisi dunia usaha sesungguhnya. Model pembelajaran berbasis *marketplace* tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam pemasaran digital, tetapi juga membentuk kemampuan adaptasi, kreativitas, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dibutuhkan pada era ekonomi digital. Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat pandangan Satriani et al. (2025) mengenai pentingnya pembentukan karakter kewirausahaan dalam pendidikan, serta menunjukkan bahwa penguatan karakter

tersebut akan lebih efektif apabila dipadukan dengan pengalaman bisnis nyata. Oleh karena itu, implementasi praktik bisnis berbasis *marketplace* dapat dipertimbangkan sebagai salah satu inovasi pembelajaran kewirausahaan yang relevan untuk diterapkan pada pendidikan tinggi dalam mendukung kesiapan lulusan menghadapi transformasi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* merupakan strategi pembelajaran yang efektif untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan. Peningkatan kompetensi tersebut diperoleh melalui pengalaman belajar yang bersifat autentik sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam aktivitas bisnis digital. Temuan ini memperkuat konsep *Experiential Learning* bahwa pengalaman nyata menjadi faktor penting dalam pembentukan kompetensi, sekaligus memberikan bukti empiris bahwa integrasi *marketplace* ke dalam pembelajaran menghasilkan proses belajar yang lebih kontekstual dibandingkan pendekatan yang hanya berorientasi pada teori, simulasi, atau penyusunan *business plan*. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan praktik bisnis digital secara langsung sebagai bagian dari proses pembelajaran yang dievaluasi menggunakan desain eksperimen sehingga memberikan alternatif model pembelajaran kewirausahaan yang lebih relevan dengan kebutuhan transformasi ekonomi digital di perguruan tinggi.

Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa praktik bisnis nyata berbasis *marketplace* dapat dijadikan sebagai inovasi pembelajaran kewirausahaan untuk meningkatkan kompetensi digital, kesiapan kerja, dan kemampuan adaptasi mahasiswa terhadap perkembangan dunia usaha berbasis teknologi. Meskipun demikian, penelitian ini masih terbatas pada satu program studi, jumlah sampel yang relatif kecil, dan periode implementasi yang berlangsung dalam satu semester sehingga ruang lingkup generalisasi hasil masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan sampel yang lebih luas dari berbagai perguruan tinggi, menggunakan periode implementasi yang lebih panjang, serta mengintegrasikan teknologi seperti *Artificial Intelligence*, *business analytics*, dan berbagai platform *digital commerce* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas pembelajaran kewirausahaan digital. Pengembangan tersebut diharapkan dapat memperkuat validitas model pembelajaran sekaligus memperluas penerapannya pada berbagai bidang keilmuan dan jenjang pendidikan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, N. F. (2026). Implementasi *edupreneurship* berbasis ekonomi digital dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 481–488. <https://doi.org/10.36728/ganesha.v6i1.6139>
- Azahra, A. S., Sepha, D. P., Septiani, N., Nurwahyudin, R. M., Hidayah, S., & Mangundjaya, W. L. (2025). Mengembangkan kompetensi bisnis mahasiswa melalui implementasi langsung. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(2), 76–82. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i2.2183>
- Budiman, A., & Putri, L. H. (2026). The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A literature review. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 5(1), 11–18. <https://doi.org/10.32734/jba.v5i1.24328>

- Friani, D. A. (2025). *Project-based learning* kegiatan daur ulang sampah untuk membentuk karakter peduli lingkungan dan jiwa kewirausahaan. *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 342–356. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i2.609>
- Gigir, C. F. D., Taroreh, J., Wantah, E., Wuisang, J. R., & Rattu, F. (2026). *Marketplace* as a means of developing digital entrepreneurship for *start-up* businesses: A literature review. *Journal of Educational Analytics*, 5(2), 245–258. <https://doi.org/10.55927/jeda.v5i2.12>
- Haryati, S., & Makarim, S. A. (2025). Penerapan model pembelajaran *experiential learning* dalam pendidikan kewirausahaan di SMA Serba Bakti. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin*, 2(2), 40–46. <https://sihojurnal.com/index.php/jupengen/article/view/442>
- Indriansyah, A., Purwanto, M. B., Herawati, N., & Hatidah, H. (2025). *Digital marketing management*: Efektivitas media sosial sebagai strategi promosi kampus swasta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(2), 541–558. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i2.708>
- Munawaroh, F., Akbar, M. T. H., & Oktarida, S. (2026). Peningkatan pemahaman *IP Address* dan *Subnetting* melalui pembelajaran berbasis praktik pada siswa SMK Bina Cipta Palembang. *Jurnal TIARA: Jurnal Pengabdian Teknologi Informasi dan Rekayasa Aplikasi*, 1(2), 86–94. <https://jurnal.dharmadhikara.com/index.php/tiara/article/view/61>
- Nabila, A. B., Sianipar, B. H., Ganefri, G., Yulastri, A., & Firanda, Y. A. (2025). Evaluasi pembelajaran kewirausahaan di pendidikan tinggi: Sebuah *systematic literature review* terhadap studi terindeks Scopus. *Jiip: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 8815–8824. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.8729>
- Pazos, P., Pérez-López, M. C., & González-López, M. J. (2022). Examining teamwork competencies and team performance in experiential entrepreneurship education: Emergent intragroup conflict as a learning triggering event. *Education + Training*, 64(4), 461–475. <https://www.emerald.com/et/article/64/4/461/69903>
- Pratiwi, D. (2025). Pengembangan modul kewirausahaan berbasis *Project-Based Learning* pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 6(1), 53–74. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v6i1.479>
- Rahmi, E. (2025). Transformasi kemampuan *problem solving* mahasiswa dengan model *experiential learning* berbasis *digital literacy* pada pembelajaran kewirausahaan. *Jurnal Ecogen*, 8(3), 533–542. <https://doi.org/10.24036/ecogen.v8.i3.18>
- Sakinah, A. U., Syukhri, S., Samala, A. D., & Mubai, A. (2026). Rancang bangun aplikasi *educational marketplace* kuliner berbasis *website* untuk mendukung kewirausahaan di SMK. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, 4(3), 184–196. <https://jurnal.kolibi.id/index.php/scientica/article/view/505>
- Satriani, S., Sahabuddin, R., Irfan, M., & Z. N. F. (2025). Internalisasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam penanaman karakter kewirausahaan: Telaah ayat Al-Qur'an. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. <https://edukatif.org/edukatif/article/view/7826>
- Savira, R., Widayati, S., & Marliyah, L. (2023). Efektivitas pembelajaran mata pelajaran kewirausahaan era digital di SMA Negeri 1 Ulujami Pemalang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 4(1), 35–41. <https://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jeee/article/view/2669>
- Sofyan, D. K., Akmal, S., Erliana, C. I., Meutia, S., & Zakaria, M. (2025). *Workshop* pembuatan aplikasi *e-marketplace* dasar berbasis Android untuk siswa SMK 1 Bener Meriah.



BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7(1).
<https://doi.org/10.29040/budimas.v7i1.16710>

- Suleman, A. R., & Siregar, M. N. H. (2024). Pengembangan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa UM-Tapsel melalui pelatihan intensif di era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Radisi*, 4(2), 40–46. <https://jurnal.radisi.or.id/index.php/PKMRADISI/article/view/426>
- Suwandi, A., Muktiarni, M., Fitriyani, E., & Setiadi, R. P. (2023). Implementasi program *teaching factory* (TEFA) berbasis unit produksi untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan siswa di SMK kepariwisataan Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2215–2226. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1398>
- Suwito, D., & Sulistyowati, A. (2025). Pengaruh *teaching factory* terhadap minat berwirausaha SMK Negeri 1 Duduksampeyan. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 330–342. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/26663>
- Utami, S., Akib, A., & Majiding, N. C. (2026). Pengaruh literasi digital, *self-efficacy*, dan *entrepreneurial mindset* terhadap intensi kewirausahaan digital mahasiswa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 9–17. <https://doi.org/10.31294/jab.v6i1.12669>
- Wicaksono, R. G., Darmawan, R., Isnaini, U. N., & Bilqist, A. Q. (2025). Entrepreneurial orientation, *marketplace* adoption, and religiosity as determinants of user intention toward the Mahabussines.id application: Evidence from Islamic economics students in Indonesia. *Journal of Social Philanthropy and Halal Research*, 2(2), 39–53. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsphr/article/view/53607>
- Yuniati, Y., Pramitha, A. R., Sutejo, B., Fais, M. A., & Kunhadi, D. (2025). Pelatihan dan pendampingan kewirausahaan sebagai upaya peningkatan kompetensi siswa SMKN 3 Buduran Sidoarjo. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 10(2), 33–42. <https://doi.org/10.33366/japi.v10i2.7109>