



Pemberdayaan Pencari Kerja di Papua melalui produk *Sensory Busy Board* dan *E-Marketplace*

Uturestantix ^{1)*}, Ivana Klasina Wamafma ¹⁾, Idham Khaliq ²⁾

¹Program Studi Manajemen, Universitas Cenderawasih. Jayapura, Indonesia.

²Program Studi Elektro, Universitas Cenderawasih. Jayapura, Indonesia.

Diterima: 30 Januari 2026

Direvisi: 02 Februari 2026

Disetujui: 10 Februari 2026

Abstrak

Wilayah Kota dan Kabupaten Jayapura, jumlah anak usia dini (0–4 tahun) tercatat sebanyak 9.377 jiwa, sehingga menciptakan peluang pasar bagi produk edukatif berbasis stimulasi sensorik. Namun, ketersediaan mainan edukasi lokal seperti *sensory busy board* masih sangat terbatas, sementara angka pengangguran di Jayapura dan Papua relatif tinggi. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan produktif pencari kerja melalui pelatihan pembuatan *sensory busy board* serta pendampingan pemasaran digital melalui aplikasi *e-marketplace*. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, praktik langsung pembuatan produk secara berkelompok, pendampingan teknis, serta evaluasi melalui observasi ketercapaian produk dan kuesioner umpan balik peserta. Kegiatan ini dilaksanakan di PAUD Alfa Omega ini diikuti oleh kurang lebih 30 peserta. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa seluruh kelompok peserta berhasil menyelesaikan produk *sensory busy board* yang layak digunakan sebagai media stimulasi anak usia dini, dengan rata-rata waktu produksi 4–5 jam. Selain itu, peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai peluang pemasaran produk kreatif melalui *marketplace*, termasuk strategi foto produk dan penentuan harga. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan kreativitas peserta, tetapi juga membuka peluang usaha mandiri berbasis produk edukatif lokal, sehingga berpotensi mendorong kemandirian ekonomi pencari kerja di Papua.

Kata kunci: *e-marketplace*; pelatihan; pemasaran digital; pencari kerja; *sensory busy board*.

Empowering Job Seekers in Papua through Sensory Busy Board Products and E-Marketplace Platforms

Abstract

In the administrative area of Jayapura City and Regency, the number of early childhood children (0–4 years) was recorded at 9,377, indicating a promising market opportunity for educational products that support sensory stimulation. However, the availability of locally produced educational toys such as sensory busy boards remains limited, while unemployment rates in Jayapura and Papua are still relatively high. Therefore, this community service program aimed to improve the productive skills of job seekers through training in sensory busy board production and digital marketing assistance via e-marketplace applications. The program employed methods including socialization sessions, hands-on group-based product manufacturing, technical mentoring, and evaluation through direct observation of product completion and participant feedback questionnaires. This activity was held at Alfa Omega Early Childhood Education Center and was attended by approximately 30 participants. The results showed that all participant groups successfully produced functional sensory busy boards suitable for early childhood stimulation media, with an average production time of 4–5 hours. In addition, participants gained improved understanding of digital marketing opportunities through e-marketplaces, including product photography strategies and pricing. In conclusion, this training program not only enhanced participants' technical skills and creativity but also opened opportunities for self-employment based on locally produced educational products, thereby supporting the potential economic independence of job seekers in Papua.

Keywords: *e-marketplace*; *training*; *digital marketing*; *job seekers*; *sensory busy board*.

* Korespondensi Penulis. E-mail: uturestantix@feb.uncen.ac.id

Penerbit: FKIP Universitas Halu Oleo

PENDAHULUAN

Laporan (Data Indonesia.id, 2022) menunjukkan bahwa populasi anak usia dini di Indonesia mencapai 30,73 juta jiwa, dengan 58,78% berada pada rentang usia satu hingga empat tahun. Pada skala lokal, data Sistem Informasi Berbasis Kampung Adat (SIBERKAT, 2022) di wilayah pemerintahan Kota dan Kabupaten Jayapura mencatat jumlah anak usia dini (0–4 tahun) sebanyak 9.377 jiwa, terdiri atas 4.910 laki-laki dan 4.467 perempuan. Besarnya populasi anak usia dini ini menunjukkan potensi pasar yang kuat bagi produk edukatif yang mendukung tumbuh kembang anak, terutama produk yang mendorong aktivitas bermain aktif, stimulasi sensorik, serta keterlibatan orang tua.

Aktivitas sensorik merupakan aspek mendasar dalam perkembangan anak usia dini karena membantu anak memahami lingkungan melalui eksplorasi langsung. (Abidin et al., 2022) menekankan pentingnya aktivitas yang menstimulasi indera untuk mendukung perkembangan keterampilan sensorik. Sejalan dengan itu, (Dunn et al., 2016) menunjukkan bahwa pemrosesan sensorik berperan dalam partisipasi bermain dan perkembangan kemampuan belajar anak. (Baker et al., 2018) juga menyatakan bahwa pola pemrosesan sensorik berkaitan dengan capaian perkembangan dan fungsi adaptif anak. Selain aspek sensorik, keterampilan motorik halus pada usia dini merupakan indikator kesiapan belajar yang penting, (Grissmer et al., 2018) menyebutkan bahwa motorik halus berhubungan dengan pencapaian akademik pada tahap berikutnya. Dalam konteks ini, media bermain yang mengintegrasikan stimulasi sensorik dan motorik halus menjadi relevan untuk kebutuhan anak usia dini di rumah maupun lembaga PAUD.

Pada realitas kehidupan modern, penggunaan gawai pada anak usia dini cenderung meningkat karena dianggap sebagai cara praktis untuk menenangkan anak ketika orang tua sibuk. Kondisi ini dapat berdampak pada kualitas interaksi sosial orang tua-anak dan capaian perkembangan anak. (Madigan et al., 2019) menemukan bahwa screen time berlebihan berasosiasi dengan rendahnya capaian perkembangan anak usia dini, sedangkan (Radesky et al., 2015) menegaskan bahwa penggunaan media digital tanpa pendampingan dapat mengurangi kualitas interaksi sosial anak dengan orang tua. Situasi tersebut memperkuat kebutuhan akan alternatif permainan edukatif yang bersifat “*hands-on*”, mendorong eksplorasi nyata, serta melibatkan orang tua sehingga ikatan emosional dan komunikasi dalam keluarga dapat terpelihara.

Salah satu alternatif yang relevan adalah *sensory busy board* (papan sensorik), yakni papan permainan yang memuat berbagai komponen manipulatif (misalnya pengunci, roda, ritsleting, tekstur, dan bentuk) untuk merangsang pancaindra serta melatih koordinasi tangan-mata. Produk ini mendorong keingintahuan anak, melatih fokus, dan mengembangkan motorik halus melalui aktivitas membuka-menutup, memutar, menarik, atau memasang. (McClelland & Cameron, 2019) menegaskan bahwa perkembangan motorik halus berkaitan dengan fungsi eksekutif dan kesiapan belajar anak prasekolah. Dengan demikian, *sensory busy board* bukan sekadar mainan, melainkan media stimulasi perkembangan yang dapat dipakai berulang dan dapat disesuaikan dengan tahap perkembangan anak. Selain relevan bagi kebutuhan anak, *sensory busy board* dipilih sebagai solusi karena memiliki keunggulan ekonomi dan ketersediaan bahan yang relatif sesuai untuk konteks Papua, khususnya Jayapura. Pertama, produk ini dapat dibuat menggunakan bahan utama yang umum tersedia (papan kayu/tripleks/*plywood*, baut, engsel, pengait, kain bertekstur, serta komponen rumah tangga sederhana), sehingga tidak bergantung pada bahan impor atau teknologi produksi kompleks. Kedua, desainnya bersifat *modular* sehingga produsen lokal dapat menyesuaikan variasi

komponen berdasarkan ketersediaan bahan dan preferensi konsumen, tanpa harus mengubah konsep produk secara keseluruhan. Ketiga, proses produksi dapat dikerjakan dengan peralatan pertukangan dasar, sehingga cocok untuk pelatihan keterampilan produktif bagi pencari kerja. Keempat, dibanding banyak mainan edukatif lain yang cenderung membutuhkan cetakan khusus, bahan tertentu, atau standar pabrikasi, *sensory busy board* lebih memungkinkan diproduksi sebagai produk industri kreatif berbasis keterampilan (*craft-based*) dengan nilai tambah pada kreativitas desain dan kualitas penggeraan.

Pemilihan *sensory busy board* juga didorong oleh celah pasar lokal. Berdasarkan pengamatan pada sejumlah toko mainan anak di Jayapura (misalnya di Saga Mall dan Mall Jayapura) pada periode 2022–2023, belum ditemukan toko yang menjual *sensory busy board*. Pengamatan pada beberapa aplikasi *e-marketplace* juga menunjukkan minimnya penjual yang berlokasi di Jayapura atau Papua untuk produk papan sensorik. Kondisi ini mengindikasikan peluang: (1) adanya kebutuhan produk edukatif yang belum terpenuhi secara lokal, dan (2) peluang pengembangan usaha kreatif bagi masyarakat usia produktif melalui produksi dan pemasaran digital.

Permasalahan sosial-ekonomi yang menonjol adalah tingginya pengangguran. Merujuk laporan Dinas Tenaga Kerja Kota Jayapura yang dikutip lintaspapua.com, jumlah pengangguran per Juni 2022 mencapai 10.055 orang, dan pada skala Papua mencapai sekitar 75.000 orang. Kondisi ini menunjukkan bahwa pencari kerja membutuhkan intervensi yang tidak hanya berorientasi pada penyerapan kerja formal, tetapi juga pada penguatan kapasitas untuk menciptakan peluang usaha mandiri. Dalam konteks pengabdian, mitra pencari kerja di Jayapura umumnya menghadapi kendala: keterbatasan keterampilan teknis yang dapat langsung dikonversi menjadi produk bernilai jual; minimnya pengalaman produksi (standar kualitas, ketelitian penggeraan, dan keamanan produk anak); keterbatasan akses modal/peralatan dasar; serta rendahnya literasi pemasaran digital (pembuatan katalog, foto produk, penentuan harga, dan pengelolaan toko di *marketplace*). Kendala-kendala ini membuat banyak pencari kerja belum mampu melangkah dari “minat berusaha” ke “aksi produksi dan pemasaran” secara konsisten.

Pelatihan kewirausahaan relevan untuk mendorong terbentuknya *entrepreneurial intentions* (niat berwirausaha), yaitu kecenderungan individu untuk memulai usaha sebagai pilihan karier atau strategi ekonomi. Perspektif Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa niat berperilaku (termasuk memulai usaha) dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks pencari kerja, pelatihan berbasis praktik dapat memperkuat persepsi kontrol (*self-efficacy*), karena peserta memperoleh pengalaman nyata membuat produk, memahami proses, dan melihat bukti bahwa mereka mampu menghasilkan karya yang layak jual. (Krueger et al., 2000) serta (Liñán & Chen, 2009) juga menekankan bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh persepsi kelayakan (*feasibility*) dan keinginan (*desirability*), yang dapat ditumbuhkan melalui pengalaman, dukungan sosial, dan pembelajaran kewirausahaan. (Fayolle & Gailly, 2018) menguatkan bahwa pendidikan/pelatihan kewirausahaan dapat membentuk sikap dan intensi wirausaha pada kelompok usia produktif. Dengan demikian, pelatihan pembuatan *sensory busy board* diposisikan bukan sekadar transfer keterampilan teknis, tetapi juga strategi membangun niat wirausaha melalui peningkatan kemampuan, kepercayaan diri, dan pemahaman pasar.

Program ini juga terkait dengan penguatan industri kreatif, yaitu aktivitas ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, dan pengelolaan ide untuk menghasilkan produk bernilai tambah. Dalam kerangka industri kreatif, produk seperti *sensory busy board*

memungkinkan diferensiasi (desain, warna, komponen, tema lokal), peningkatan nilai jual melalui kualitas dan estetika, serta peluang pengembangan merek lokal. *Digital entrepreneurship* (Kraus et al., 2019) semakin relevan karena *e-marketplace* (Tokopedia, Shopee, Lazada, dan sejenisnya) membuka akses pasar lebih luas tanpa batas geografis, sekaligus menurunkan hambatan distribusi bagi pelaku usaha baru. (Wang et al., 2020; Mahadevan, 2000; Malone et al., 1987) menegaskan bahwa platform *e-commerce* dapat menjadi sarana inovasi pemasaran yang efektif bagi UMKM karena memperluas jangkauan pasar dan menekan biaya transaksi, sementara (Harrigan et al., 2017) menekankan pentingnya keterlibatan pelanggan dalam pemasaran digital untuk meningkatkan peluang keberhasilan produk. Dengan kata lain, penguatan keterampilan produksi perlu berjalan beriringan dengan penguatan kapasitas pemasaran digital agar usaha yang dibangun peserta dapat berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan mitra dapat dirangkum menjadi: (1) tingginya angka pengangguran dan terbatasnya keterampilan produktif pencari kerja; (2) rendahnya kesiapan pencari kerja dalam mengubah keterampilan menjadi produk bernilai ekonomi dan dipasarkan; (3) belum tersedianya *sensory busy board* yang diproduksi dan dipasarkan secara lokal di Jayapura/Papua; serta (4) masih rendahnya pemanfaatan *e-marketplace* sebagai kanal pemasaran produk kreatif lokal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai penerapan IPTEKS melalui pelatihan pembuatan *sensory busy board* dan pendampingan pemasaran digital berbasis *e-marketplace*.

Tujuan kegiatan ini adalah: (1) meningkatkan keterampilan teknis pencari kerja di Jayapura dalam memproduksi *sensory busy board* yang aman dan layak jual; (2) menumbuhkan niat dan kesiapan berwirausaha melalui pengalaman praktik produksi dan pemahaman peluang pasar; serta (3) meningkatkan kapasitas peserta dalam memasarkan produk melalui *e-marketplace* agar jangkauan pasar lebih luas dan peluang usaha mandiri dapat berkembang secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan bekerja sama dengan mitra PAUD Alfa Omega yang berlokasi di Jlur 6 Furia Indah, Kotaraja, Abepura, Kota Jayapura, Papua. Mitra dipilih karena PAUD Alfa Omega memiliki kebutuhan terhadap media pembelajaran edukatif yang inovatif serta bersedia menjadi lokasi pelaksanaan pelatihan. Peserta kegiatan merupakan pencari kerja di Kota Jayapura yang direkrut melalui jejaring sosial tim pelaksana, seperti kerabat, tetangga, kolega, dan relasi masyarakat sekitar. Sebanyak kurang lebih 30 orang peserta terlibat dalam kegiatan ini, yang seluruhnya merupakan pemuda usia produktif dan belum pernah memiliki pengalaman sebelumnya dalam pembuatan *sensory busy board* maupun pemasaran produk melalui *e-marketplace*.

Sebelum pelaksanaan pelatihan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak mitra untuk memastikan kesiapan tempat, jadwal kegiatan, serta komitmen peserta dalam mengikuti program hingga selesai. Tim juga menyiapkan seluruh perlengkapan dan material yang dibutuhkan untuk proses produksi *sensory busy board*. Produk yang dibuat menggunakan papan kayu sebagai bahan utama dengan ukuran kurang lebih 60 cm × 50 cm × 2,5 cm yang telah dihaluskan. Selain papan, bahan pendukung yang digunakan meliputi engsel pintu mini, pengait, roda kecil, kunci sederhana, ritsleting, kain bertekstur, tali, serta komponen rumah tangga lainnya yang aman bagi anak dan dapat menstimulasi aktivitas sensorik. Adapun alat yang digunakan dalam proses pembuatan meliputi bor listrik, obeng,

palu, gergaji kecil, lem kayu, amplas, baut dan mur, serta alat ukur untuk memastikan ketepatan pemasangan setiap komponen pada papan.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai latar belakang program, manfaat *sensory busy board* bagi perkembangan anak usia dini, serta peluang usaha kreatif berbasis produk edukatif lokal. Pada tahap ini peserta juga diberikan kesempatan berdiskusi untuk memahami tujuan kegiatan dan potensi pemasaran produk. Selanjutnya, pelatihan dilakukan dalam bentuk praktik langsung pembuatan *sensory busy board*. Peserta dibagi dalam beberapa kelompok kecil dan didampingi oleh tim pelaksana serta asisten sebagai fasilitator. Proses pembuatan dimulai dari pengenalan desain dasar, penentuan tata letak komponen pada papan, pelubangan dan pemasangan engsel atau pengait, hingga perakitan bagian-bagian permainan seperti pintu mini, roda, dan tekstur kain. Peserta diberikan kebebasan untuk berkreasi dalam menempatkan variasi komponen, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya bersifat mekanis tetapi juga mengandung unsur kreativitas desain. Selain keterampilan produksi, peserta juga diberikan materi mengenai pemasaran digital melalui aplikasi *e-marketplace*. Materi ini mencakup pengenalan platform *marketplace*, strategi promosi produk lokal, pentingnya foto produk yang menarik, penentuan harga, serta peluang memperluas pasar melalui penjualan daring. Selama proses pelatihan berlangsung, tim melakukan pendampingan intensif dengan membantu kelompok yang mengalami kesulitan teknis, terutama pada bagian yang membutuhkan presisi seperti pemasangan pintu mini dan penghitungan kedalaman lubang baut agar komponen dapat berfungsi dengan baik.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan metode observasi langsung dan kuesioner umpan balik peserta. Klaim bahwa peserta telah “mampu” membuat *sensory busy board* didasarkan pada indikator ketercapaian praktik, yaitu setiap kelompok berhasil menyelesaikan satu produk *sensory busy board* yang berfungsi dengan baik, dengan komponen terpasang sesuai desain dan dapat digunakan sebagai media stimulasi anak. Selain itu, tim juga menilai kemampuan peserta melalui keterlibatan aktif selama praktik, ketepatan penggunaan alat, serta kemampuan peserta menjelaskan kembali fungsi komponen *sensory board* yang dibuat. Kuesioner evaluasi diberikan di akhir kegiatan untuk mengukur persepsi peserta mengenai peningkatan pengetahuan, keterampilan baru yang diperoleh, serta saran untuk pengembangan program di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan di PAUD Alfa Omega, Kota Jayapura. Kegiatan ini diikuti oleh kurang lebih 30 orang pencari kerja usia produktif yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam pembuatan *sensory busy board* maupun pemasaran produk melalui platform digital. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemberian tutorial mengenai konsep *sensory busy board* serta demonstrasi alat dan bahan yang digunakan. Peserta kemudian dibagi dalam kelompok kecil untuk melakukan praktik langsung pembuatan produk. Setiap kelompok berhasil menyusun papan sensorik berbahan kayu berukuran $60\text{ cm} \times 50\text{ cm} \times 2,5\text{ cm}$ yang dilengkapi berbagai komponen stimulasi motorik halus, seperti engsel pintu mini, pengait, roda kecil, ritsleting, dan tekstur kain. Sebagian peserta mengalami kesulitan teknis pada tahap pemasangan komponen pintu mini karena membutuhkan presisi pertukangan. Namun melalui pendampingan fasilitator, peserta mampu menyelesaikan produk hingga dapat digunakan sebagai media permainan edukatif anak usia dini. Proses produksi rata-rata membutuhkan waktu 4–5 jam karena seluruh peserta baru pertama kali mengenal produk *sensory busy board*.



Gambar 1. Tim Pelaksana Pengabdian Memberikan Informasi Alat dan Material yang Dibutuhkan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan *sensory busy board* dapat menjadi bentuk penerapan IPTEKS yang relevan dalam meningkatkan keterampilan produktif pencari kerja di Papua. Produk *sensory busy board* memiliki nilai edukatif karena dirancang untuk merangsang stimulasi sensorik anak melalui eksplorasi tekstur, warna, dan aktivitas manipulatif. (Dunn et al., 2016) menegaskan bahwa pemrosesan sensorik berperan penting dalam partisipasi bermain dan kemampuan anak memahami lingkungan. Temuan ini diperkuat oleh (Baker et al., 2018) yang menunjukkan bahwa pola pemrosesan sensorik berkaitan dengan perkembangan adaptif dan keterampilan belajar anak. Rekapitulasi Hasil Kegiatan untuk memberikan gambaran terukur, hasil kegiatan dirangkum pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Ringkasan Output Pelatihan

Indikator Kegiatan	Hasil Pelaksanaan
Jumlah peserta pelatihan	±30 orang pencari kerja
Produk yang dihasilkan	<i>Sensory busy board</i> berbahan papan kayu dengan komponen stimulasi sensorik
Jumlah produk selesai dibuat	1 produk per kelompok (total ±6–8 unit)
Waktu produksi rata-rata	4–5 jam
Peningkatan pemahaman peserta tentang produksi	Peserta mampu menggunakan alat dasar dan menyusun komponen edukatif
Peningkatan pemahaman pemasaran digital	Peserta memahami konsep <i>marketplace</i> , foto produk, dan peluang pasar <i>online</i>

Selain manfaat bagi anak usia dini, kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa peserta mampu mengembangkan keterampilan mekanis dan kreativitas sebagai modal awal wirausaha berbasis produk kreatif. Pelatihan praktik semacam ini relevan dengan teori entrepreneurial intentions, di mana pengalaman langsung dapat meningkatkan keyakinan diri dan kesiapan individu untuk memulai usaha. (Ndofirepi, 2020) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis praktik berpengaruh signifikan dalam membentuk niat usaha mandiri pada kelompok usia produktif. Hal ini sejalan dengan hasil pelatihan di Jayapura, di mana peserta yang semula belum memiliki keterampilan produksi kini mampu menghasilkan produk edukatif yang bernilai jual.

Dalam konteks pemasaran, pendampingan melalui *e-marketplace* menjadi aspek penting karena memperluas peluang pasar tanpa batas geografis. (Wang et al., 2020) menegaskan bahwa platform *e-commerce* merupakan sarana inovasi pemasaran yang efektif bagi UMKM karena memperluas jangkauan konsumen dan menekan biaya transaksi. Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami konsep dasar pemasaran digital, seperti pentingnya foto produk, penentuan harga, dan potensi pasar *online*. Dengan demikian, kegiatan ini sejalan dengan perkembangan digital entrepreneurship yang dipandang sebagai strategi pembangunan ekonomi lokal (Kraus et al., 2019).



Gambar 2. Foto Bersama Peserta, Mitra Pengabdian dan Tim Pelaksana Pengabdian

Jika dibandingkan dengan program pelatihan kewirausahaan di wilayah lain, hasil kegiatan ini menunjukkan pola yang serupa bahwa pelatihan berbasis praktik lebih efektif dibandingkan pendekatan teoritis semata. (Fayolle & Gailly, 2018) menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu membentuk sikap dan intensi wirausaha yang lebih kuat ketika peserta memperoleh pengalaman nyata dalam proses produksi dan pemasaran. Meskipun demikian, kegiatan ini juga mengungkap tantangan teknis, khususnya pada pembuatan komponen tertentu seperti pintu mini yang membutuhkan presisi pertukangan. Hal ini menjadi rekomendasi untuk pengembangan program lanjutan melalui kolaborasi dengan pengrajin kayu lokal atau pelatihan tahap lanjut agar kualitas produk semakin meningkat.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan *sensory busy board* dan pemasaran melalui *e-marketplace* merupakan pendekatan yang relevan untuk meningkatkan keterampilan pencari kerja, mendorong wirausaha kreatif lokal, serta mendukung kebutuhan media edukatif anak usia dini di Jayapura dan Papua.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan *sensory busy board* yang disertai pendampingan pemasaran melalui *e-marketplace* mampu meningkatkan keterampilan produktif pencari kerja di Kota Jayapura. Peserta tidak hanya memperoleh kemampuan teknis dalam memproduksi mainan edukatif berbasis stimulasi sensorik, tetapi juga mengembangkan kreativitas serta kesiapan untuk memanfaatkan peluang usaha mandiri. Produk *sensory busy board* yang dihasilkan memiliki potensi ekonomi karena belum banyak diproduksi secara lokal dan memiliki pasar yang menjanjikan di sektor pendidikan anak usia

dini. Dengan adanya pengenalan pemasaran digital melalui platform *marketplace*, peserta mulai memahami strategi memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai jual produk. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi pencari kerja di Papua melalui penguatan keterampilan wirausaha kreatif dan penciptaan peluang usaha berbasis kebutuhan masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z. S. A., Ishak, N. S., Bakar, A. N. R., & Rahman, A. A. (2022). Significance of sensory activity among toddlers for sensory skills development. *International Virtual Colloquium on Multi-disciplinary Research Impact (2nd Series)*, 7(17), 15–27.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Baker, A. E. Z., Lane, A., Angley, M. T., & Young, R. L. (2018). The relationship between sensory processing patterns and developmental outcomes. *Research in Developmental Disabilities*, 72, 221–231. <https://doi.org/10.1016/j.ridd.2017.10.015>

Data Indonesia.id. (2022). *Anak usia dini di Indonesia sebanyak 30,73 juta jiwa pada 2022*. Retrieved February 13, 2023, from <https://dataindonesia.id/ragam/detail/anak-usia-dini-di-indonesia-sebanyak-3073-juta-jiwa-pada-2022>

Dunn, W., Little, L., Dean, E., Robertson, S., & Evans, B. (2016). The impact of sensory processing on play participation in early childhood. *American Journal of Occupational Therapy*, 70(2), 7002220020p1–7002220020p9. <https://doi.org/10.5014/ajot.2016.019570>

Fayolle, A., & Gailly, B. (2018). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 1–21. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12365>

Grissmer, D., Grimm, K., Aiyer, S., Murrah, W., & Steele, J. (2018). Fine motor skills and early comprehension of the world: Two new school readiness indicators. *Developmental Psychology*, 54(5), 921–938. <https://doi.org/10.1037/dev0000471>

Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2017). Customer engagement with tourism social media brands. *Journal of Business Research*, 79, 45–55. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.06.003>

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the digital age. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

Lintaspapua.com. (2022). *Hingga Juni 2022 pengangguran di Kota Jayapura capai 10.055 orang*. Retrieved February 13, 2023, from <https://www.lintaspapua.com/lintas-jayapura/pr-6554380031/hingga-juni-2022-pengangguran-di-kota-jayapura-capai-10055-orang>

Madigan, S., Browne, D., Racine, N., Mori, C., & Tough, S. (2019). Association between screen time and children's performance on a developmental screening test. *JAMA Pediatrics*, 173(3), 244–250. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2018.5056>

Mahadevan, B. (2000). Business models for Internet-based e-commerce: An anatomy. *California Management Review*, 42(4), 55–68. <https://doi.org/10.2307/41166053>

Malone, T. W., Yates, J., & Benjamin, R. I. (1987). Electronic markets and electronic hierarchies. *Communications of the ACM*, 30(6), 484–497. <https://doi.org/10.1145/214762.214766>

McClelland, M. M., & Cameron, C. E. (2019). Developing together: The role of executive function and motor skills in school readiness. *Early Childhood Research Quarterly*, 46, 142–151. <https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2018.03.014>

Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: Psychological traits as mediators. *Education + Training*, 62(7/8), 1–17. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0035>

Radesky, J. S., Schumacher, J., & Zuckerman, B. (2015). Mobile and interactive media use by young children: The good, the bad, and the unknown. *Pediatrics*, 135(1), 1–3. <https://doi.org/10.1542/peds.2014-2251>

SIBERKAT. (2022). *Sistem Informasi Berbasis Kampung Adat: Tabulasi jumlah anak usia dini Jayapura*. Retrieved February 13, 2023, from <http://siberkat.jayapurakab.go.id>

Wang, Y., Hong, A., Li, X., & Gao, J. (2020). Marketing innovations through e-commerce platforms for SMEs. *Electronic Commerce Research*, 20, 1–22. <https://doi.org/10.1007/s10660-019-09371-1>