

SOSIALISASI PENINGKATAN HASIL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MENGGUNAKAN MARKETPLACE DI PEKON SUKOHARJO 1

M.Islamadi¹, Adi Prasetya Nanda², Elisabet YA³, A.Syarifuddin⁴, Bernadhita Herindri Samodera Utami⁵

^{1,2,4,5}Prodi Sistem Informasi, FTIKOM, Institut Bakti Nusantara, Lampung

³Prodi Manajemen Informatika, FTIKOM, Institut Bakti Nusantara, Lampung

Alamat: PSDKU Jalan Wisma Rini No. 09 Pringsewu, Lampung

Email : m.islamadi@gmail.com¹ , adiprasetyananda.artha@gmail.com² , elisabet.sugianto@yahoo.co.id³ , a.syarifudin@gmail.com⁴ , ind.indri1245@gmail.com⁵

Abstrak

Pemanfaatan *marketplace* bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat bermanfaat. Dengan adanya *marketplace* ini dapat membantu para pelaku bisnis untuk melakukan promosi dan pemasarannya secara lebih luas tidak hanya didaerahnya saja namun secara nasional maupun internasional. Sukoharjo 1 adalah sebuah desa di Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu, Lampung yang didalamnya memiliki banyak UMKM. Menyadari kurangnya pemahaman dan pemasaran secara online sehingga menyebabkan perekonomian bagi mereka yang kurang stabil, maka dari itu tim KKN mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) untuk mengenalkan manfaat serta kegunaan dari *marketplace* ataupun media sosial PKM inidihadiri 15 peserta yang dilaksanakan di Balai Pekon Sukoharjo 1. Dengan adanya *marketplace* dapat memudahkan para penjual dan pembeli untuk bertransaksi dengan cepat. Ada 4 metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini yaitu: metode ceramah, metode tutorial, metode tanya jawab dan metode studi pustaka. Ada beberapa hal yang diperhatikan dalam kegiatan ini yaitu: adanya antusias atau kontribusi yang baik dari peserta, adanya perhatian dan tanggapan yang luar biasa dari peserta baik pada saat penyampaian materi maupun sesi tanya jawab atau diskusi dan adanya interaksi komunikasi dari pemateri dan peserta yang berjalan dengan lancar. Diharapkan setelah mengadakan kegiatan ini para masyarakat khususnya pelaku UMKM dapat mengambil ilmu yang telah disampaikan serta memanfaatkan penggunaan *marketplace* yang nantinya dapat meningkatkan penjualan dengan cara pemasaran yang efektif dan efisien.

Kata Kunci: Marketplace, UMKM, Bisnis, Pemasaran, Teknologi

Abstract

Utilizing the marketplace for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is very beneficial. With this marketplace, it can help business people to carry out promotions and marketing more broadly, not only in their area but nationally and internationally. Sukoharjo 1 is a village in Sukoharjo District, Pringsewu Regency, Lampung which has many MSMEs in it. Recognizing the lack of understanding and online marketing that causes the economy for them to be less stable, therefore the KKN team held Community Service (PKM) to introduce the benefits and uses of the

marketplace or social media. This PKM was attended by 15 participants which was held at Balai Pekon Sukoharjo 1. With The existence of a marketplace can make it easier for sellers and buyers to transact quickly. There are 4 methods used in carrying out this service, namely: the lecture method, the tutorial method, the question and answer method and the literature study method. There were several things that were noticed in this activity, namely: the enthusiasm or good contribution of the participants, the attention and extraordinary responses from the participants both during the delivery of the material and the question and answer session or discussion and there was communication interaction from the presenters and participants who went well fluent. It is hoped that after holding this activity, the community, especially MSME actors, can take the knowledge that has been conveyed and take advantage of the use of the marketplace which can later increase sales through effective and efficient marketing.

Keywords: Marketplace, UMKM, Business, Marketing, Technology

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman serta meluasnya peran usaha sekarang dengan menggunakan teknologi informasi maupun komunikasi semakin memiliki kemajuan yang pesat, maka sistem informasi berbasis komputer serta adanya internet mampu berkontribusi yang cukup meluas sehingga sangat bermanfaat bagi pembisnis. Internet berguna dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan kebutuhannya, apalagi dalam dunia bisnis. Meningkatnya penggunaan internet mempengaruhi perkembangan model bisnis yang dilakukan masyarakat, khususnya forum jual-beli online (Ranto, 2022). Merujuk pada laporan digital pengguna internet pada awal tahun 2022 mencapai 210 juta jiwa. APJII mengumpulkan data untuk laporan ini melalui survei dan wawancara kepada 7.568 responden. Berdasarkan laporan APJII yang telah di dapat total jumlah penduduk Indonesia untuk saat ini telah mencapai 272,68 juta jiwa pada tahun 2021. Maka, angka penetrasi internet di Indonesia pada periode 2021 hingga kuartal 2022 ini mencapai 77,02 persen (Riyanto, 2022). Apalagi banyak sekali UMKM pada saat ini yang menggunakan media online sebagai media promosi serta menumbuh kembangkan usahanya untuk meningkatkan perekonomian nasional yang berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Indonesia, 2008). Pada saat ini telah berkembang *marketplace* yaitu platform yang mempunyai peran sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara online yang menyediakan berbagai sarana seperti pemilihan produk, pemesanan, pembayaran, pengiriman dan masih banyak fitur lainnya contoh yang ada di Indonesia yaitu shoope, lazada, tokopedia, bukalapak dan sebagainya yang bisa dijadikan para pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya secara luas (Sabtarini Kusumaningsih, 2021). Penjual tidak perlu bersusah payah untuk berjualan secara online, karena *marketplace* sudah menyediakan wadah untuk berjualan online secara mudah. Penjual hanya perlu melakukan pendaftaran untuk meningkatkan produk penjualannya. Semua prosedur sudah diatur dari pihak *marketplace*. Penjual hanya perlu meningkatkan promo, pelayanan, kemasan produknya dan label yang sehingga pembeli dapat tertarik untuk membelinya.

Sejalan dengan timbulnya permasalahan yang dihadapi yaitu banyak pelaku UMKM di Pekon Sukoharjo 1 yang belum paham mengenai *marketplace* yang sehingga

para pelaku belum mempromosikan produknya secara online melalui media sosial atau platform *marketplace* maupun lainnya sehingga menyebabkan tingkat perekonomian yang kurang stabil (Haryani, 2020). Padahal banyak sekali dari pelaku usaha yang mempunyai produk seperti makanan, pakaian, hasil pertanian dan perikanan yang bisa di promosikan. Pelaku UMKM saat ini belum mengetahui manfaat *marketplace web* dalam dunia bisnis yang bisa menambah perekonomian mereka.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diadakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) oleh Tim KKN Tematik STMIK Pringsewu dengan tema “Sosialisasi Peningkatan atau Pengenalan *Marketplace* untuk Meningkatkan Hasil UMKM di Pekon Sukoharjo 1” kegiatan dilaksanakan di Balai Pekon Sukoharjo 1. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengenalkan pemanfaatan *marketplace* bagi UMKM untuk dapat memperluas akses pasar yang lebih luas tidak hanya di daerahnya saja namun secara nasional bahkan bisa internasional.

II. METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan tema “Sosialisasi Peningkatan Hasil UMKM Menggunakan *Marketplace* di Pekon Sukoharjo 1” yang dilaksanakan oleh Tim KKN Tematik STMIK Pringsewu. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 21 Juli 2022, jam 09:00 WIB – selesai, bertempat di Balai Pekon Sukoharjo 1.

Peserta PKM yang diundang adalah kepala dusun dan para pelaku UMKM dihadiri 15 peserta. Dengan diadakannya pengabdian ini diharapkan peserta dapat mengambil ilmu yang telah disampaikan oleh pemateri supaya nantinya bisa direalisasikan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah, metode tutorial, metode tanya jawab dan metode studi pustaka. Adapun penjelasan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu:

1. Metode Ceramah dilakukan dengan memberikan motivasi kepada peserta agar memiliki kemauan atau keinginan untuk menggunakan *marketplace* sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan hasil usaha yang dimiliki.
2. Metode Tutorial dilakukan dengan memberikan materi pengenalan *marketplace* dan cara penggunaannya serta memberikan contoh *marketplace* yang sudah ada di Indonesia guna mempromosikan produknya (Fitriyana, Nuryani, Rosyati, & Gusvia, 2021).
3. Metode Tanya Jawab dilakukan untuk peserta diberikan kesempatan agar dapat berdiskusi atau bertanya tentang permasalahan yang telah dihadapi supaya nantinya pemateri memberikan solusi.
4. Metode Studi Pustaka adalah teknik untuk mengumpulkan data-data dan informasi bersifat relevan sesuai topik yang dibahas. Informasi yang didapat diperoleh dari artikel, buku-buku, internet dan sumber lainnya. Dengan menggunakan sumber-sumber tersebut peneliti banyak mendapatkan informasi yang dibutuhkan, sehingga mendapatkan informasi yang akurat mengenai penelitian tersebut dan berdasarkan fakta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni :

1. Adanya kontribusi yang baik dari para aparat desa maupun peserta untuk terlaksananya sosialisasi ini.
2. Adanya perhatian dan tanggapan yang luar biasa dari peserta baik dari penyampaian materi maupun saat sesi tanya jawab atau diskusi
3. Adanya interaksi dan komunikasi dari pemateri dan peserta yang berjalan dengan lancar serta baik.

Dalam artikel ini, penulis memberikan definisi mengenai usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan dan/atau satu unit usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha Kecil adalah usaha produktif dan ekonomi khusus yang dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari badan hukum yang secara langsung atau tidak langsung merupakan bagian dari perusahaan menengah besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
3. Usaha Menengah adalah usaha produktif yang dijalankan oleh orang atau unit bisnis yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari bisnis tersebut..
4. Dunia Usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang bergerak dalam kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia (Indonesia, 2008).

Menurut Strauss dalam Sabtarini Kusumaningsih dkk (2021) *marketplace* adalah penggunaan data elektronik yang menerapkan perencanaan dan implementasi konsep, penetapan harga ide dan distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan (Sabtarini Kusumaningsih, 2021).

Menurut Opiida (2014) *marketplace* adalah salah satu penyedia media online berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan bertransaksi antara penjual dan pembeli (Opiida, 2014). Dari kajian diatas dapat disimpulkan *marketplace* adalah sebuah platform yang didalamnya terdapat kumpulan toko online yang digunakan untuk bertransaksi antara penjual dan pembeli secara online yang menyediakan berbagai fasilitas mulai dari pembayaran, pengiriman, pemilihan produk yang dapat memudahkan penjual dan pembeli. Di Indonesia, ada beberapa perusahaan *marketplace* antara lain Shoope, Lazada, Tokopedia, BliBli, OLX dan lain sebagainya.

Sosialisasi pengabdian ini dimulai dengan sambutan dari Kepala Pekon Sukoharjo

1. Selepas itu lalu dilanjutkan dengan acara penyampaian materi yang dibawakan oleh narasumber secara presentasi yang berjudul "Sosialisasi Peningkatan Hasil UMKM Menggunakan *Marketplace*" yang disampaikan oleh Ibu Bernadhita Herindri S. Utami, M.Sc. Peserta sangat antusias saat mengikuti sesi pemaparan materi yang telah disampaikan oleh narasumber.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Dalam pemaparan materi tersebut disampaikan tentang apa saja keuntungan menggunakan *marketplace*, macam-macam dan fitur yang ada di *marketplace*, tampilan dan promo. Selepas acara penyampaian materi sesi selanjutnya yaitu tanya jawab dan diskusi. Pada akhir sesi sosialisasi dilanjutkan foto bersama dengan peserta PKM.



Gambar 2. Foto Bersama dengan Peserta PKM

Berdasarkan kegiatan pengabdian ini, maka tim menemukan beberapa pendukung dengan berjalannya kegiatan ini, yaitu :

1. Peserta mempunyai kemauan untuk mengikuti kegiatan ini dengan memperoleh ilmu mengenai kegunaan dan manfaat menggunakan teknologi dalam bisnis.

2. Kontribusi dan bantuan dari pihak pekon untuk menyediakan tempat dan fasilitas sehingga dapat terlaksananya kegiatan ini dengan lancar.

IV. KESIMPULAN

Dari pembahasan tersebut dapat diberi kesimpulan yaitu: Hasil kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM di Sukoharjo 1 untuk meningkatkan penjualan produknya dan memperluas pemasarannya dikalangan masyarakat luar sehingga dapat meningkatkan perekonomian mereka. Peserta sosialisasi ini sangat antusias terhadap kegiatan yang telah dilaksanaka oleh tim KKN dari awal sampai selesai. Peserta juga dapat mengambil ilmu yang telah disampaikan oleh pemateri tentang manfaat dari sosialisasi ini untuk kemajuan usaha mereka. Untuk pengembang selanjutnya diharapkan perlu diadakannya pelatihan dan bimbingan lagi supaya para pelaku UMKM bisa terus menerus mengembangkan bisnis yang mereka punya.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pimpinan dan LPPM STMIK Pringsewu serta seluruh pihak yang telah membantu serta memberi dukungan finansial demi terlaksananya kegiatan ini dengan kelancaran dan keberhasilan acara pengabdian ini dengan judul "Sosialisasi Peningkatan Hasil UMKM Menggunakan *Marketplace*"

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). PELATIHAN PEMANFAATAN MARKETPLACE PADA UMKM DALAM MASA COVID-19, 2(2), 206–211.
- Haryani, P. (2020). PELATIHAN MARKETPLACE BAGI KELOMPOK INFORMASI, 8(1), 78–83.
- Indonesia, P. R. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, Pub. L. No. 20, 1 (2008). Indonesia.
- Opiida. (2014). Pengertian Marketplace.
- Ranto, D. W. P. (2022). Pemanfaatan Marketplace dalam Upaya Peningkatan, 2(April), 562–566.
- Riyanto, G. P. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Yudha Pratomo.
- Sabtarini Kusumaningsih, J. S. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. Jawa Timur: CV. Global Aksara Pres.