

STRATEGI MENJUAL BERBASIS MARKETPLACE PADA PRODUK UNGGULAN KAMPOENG KAJOETANGAN HERITAGE

Bunjamin1), St Munfaqiroh, Nunung N U, Dwi N A, Sugeng H , Kadarusman,
Fera Tj, Setyawan, Imama Z, , Ali L, Triana M,
ISTIE Malangkucecwara Malang
nunung@stie-mce.ac.id

Abstract

To minimize the spread of covid 19, the mobile marketplace is one alternative to get around the prohibition on meeting directly between sellers and buyers to reduce the spread of covid-19 but still encourage economic movement, especially sales of production. The method in this service is carried out by discussing and demonstrating the use of the mobile marketplace. The result is that the flagship product business group Kampoeng Kajoetangan Heritage is starting to be able to use a good mobile marketplace to sell the products they produce

By using the marketplace technique, it is expected to increase profits on sales because the market reach will be wider.

Keywords: strategy – Selling – Marketplace

1.PENDAHULUAN

Penggunaan Teknologi Informasi melalui penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang dan jasa secara daring adalah salah satu lompatan besar pemanfaatan TIK yang mampu mengubah pola kehidupan manusia dan membuat bisnis lebih kompetitif (Setiawan & Irawan, 2019). Ada tiga model yang digunakan dalam kegiatan penyediaan fasilitas penjualan dan pembelian barang/jasa secara daring, yaitu (1) online shop, (2) e-commerce, dan (3) marketplace (Blanning, Strader, & Whinston, 2017). Marketplace merupakan sebuah situs jual beli yang memungkinkan pembeli untuk memilih produk yang diinginkan pada situs tersebut, dan dapat melakukan diskusi melalui chat yang tersedia mengenai detail produk yang diinginkan, kemudian melakukan transfer pembayaran sesuai harga yang telah ditetapkan oleh penjual, kemudian penjual mengirim pesanan kepada pembeli sesuai alamat yang dicantumkan.

Manfaat penggunaan transaksi secara daring, di antaranya mengurangi biaya transaksi, harga, dan menghemat waktu, mendapatkan barang berkualitas, dan meningkatkan perdagangan secara global. Beberapa kelebihan e-commerce dibanding dengan pemasaran produk pertanian offline,

yaitu (i) banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet; (ii). tempat menjual adalah internet yang berarti dapat menjual di mana dan kapan saja; (iii) cara menerima pesanan melalui email, telepon, sms, dan lain-lain; (iv) cara pembayaran dengan kartu kredit, Paypal, atau tunai; dan (v) Jangkauannya sangat luas.

Kampoeng kajoetangan heritage merupakan kampoeng unggulan daerah kota malang, yang memiliki banyak nilai sejarah dan merupakan salah satu ikon kota Malang. Beberapa produk unggulan di Kampoeng Kajoetangan Heritage memiliki daya tarik tersendiri, mengingat kota Malang adalah merupakan destinasi Wisata di Jawa Timur.

2.METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ada beberapa tahapan yaitu:

- Metode diskusi, pelaksanaan pengabdian dimulai dengan tahap diskusi yang dilakukan untuk mendapat informasi kebutuhan mitra, untuk mendapat solusi pemecahannya.
- Metode demonstrasi, pelaksanaan pengabdian dengan memaksukkan ilmu pengetahuan baru bagi mitra, tidak hanya dapat dilakukan melalui sesi diskuis tetapi harus dilanjutkan dengan metode demonstrasi

c. Praktik Penjualan berbasis marketplace, pengabdian ini langsung mengarahkan mitra untuk dapat menggunakan pemasaran melalui media marketplace antara lain cara membuat akun di Tokopedia, shopee, grab food dan lain sebagainya. Dengan praktik secara langsung ini diharapkan mitra dapat segera bekerja secara mandiri dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian ini dapat dilihat pada tampilan kegiatan di bawah ini:



Gambar 1: Diskusi dan Tanya Jawab



Gambar 2: Pelatihan Penjualan berbasis Marketplace

Selanjutnya dilakukan pemaparan mengenai bagaimana pola dan cara menjual salah satunya adalah melalui media pemasaran marketplace. Materi pelatihan yang disampaikan oleh tim pengabdian adalah seputar pendaftaran, penggunaan dan mendapatkan hasil dari menggunakan marketplace. Hal ini penting untuk dijelaskan dikarekan mitra tidak melakukan pemasaran melalui marketplace dirasa susah terutama untuk memulai menggunakan marketplace.



Gambar 3: Contoh metode membuat akun di Tokopedia



Gambar 4: contoh Membuka Toko di Tokopedia

Online marketplace yang digunakan dalam pendampingan diantaranya adalah tokopedia, Shopee dan Grab food. Dalam menggunakan online marketplace hal yang perlu di perhatikan adalah saat registrasi awal, karena saat registrasi awal ini calon pedagang diminta untuk memasukkan data pribadi ke dalam system. Setelah mendapatkan user dan login, kemudian pedagang diminta untuk membuat katalog produk. Dalam proses pembuatan katalog produk, pedagang harus memasukkan foto dan juga berapa harga jual produk tersebut. Menggunakan online marketplace cukup mudah, karena semua telah ada templatnya masing-masing. Tahap berikutnya adalah bagaimana merespon order dari konsumen dan bagaimana merealisasikan pendapatan.

Setelah melakukan pemaparan materi dan mendiskusikan dengan anggota mitra, mitra sangat tertarik untuk memulai mengaplikasikan pemasaran melalui media marketplace. Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan pemaparan oleh

pengabdian yang merubah persepsi susah menjadi mudah untuk menggunakan marketplace. Tim pengabdian memberikan pendampingan untuk dapat menjalankan aplikasi online marketplace. Banyak hal yang dilakukan dalam pelaksanaan penggunaan marketplace mulai dari bagaimana menggunakan teknologinya seperti laptop maupun handphone, bagaimana jaringan yang ada disekitar, sampai bagaimana untuk dapat membuat iklan yang baik di marketplace agar dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Hal ini sangat disambut baik dengan banyaknya permintaan diskusi melalui sosial media untuk hal-hal yang mungkin tidak dapat tertampung pada saat Pelaksanaan.

4.SIMPULAN

Hasil pelaksanaan wisata unggulan kampoeng Kajoetangan Herrytage, mampu mengembangkan usahanya dengan melakukan berbagai strategi pemasaran khususnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dengan online marketplace, namun terdapat

berbagai kendala yang dihadapi yaitu tidak mudahnya merubah kegiatan operasional yang sebelumnya telah terbangun dari masing-masing anggota mitra berupa model pengelola organisasinya maupun dari sisi modal.

Saran yang mungkin dapat dilaksanakan adalah anggota yang telah mengikuti kegiatan pengabdian mengusahakan untuk berusaha merubah pola kerja secara bertahap dari tradisional menjadi modern dengan berbagai kemajuan teknologi khususnya pemasaran.

5.DAFTAR REFERENSI

- Setiawan, E., & Irawan, O. (2019). Analisis Pengembangan Bisnis Syariah Dengan Business Model Canvas Pada Toko Online Suara Muhammadiyah. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 3(1), 95-106
- Shaw, M., Blanning, R., Strader, T., & Whinston, A. (2017). *Handbook on electronic commerce*: Springer Science & Business Media