

PEMANFAATAN PEMASARAN PRODUK UMKM OPAK KETAN 2R MENGGUNAKAN MARKETPLACE SHOPEE

Syahril Dwi Prasetyo

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer

si19.syahrilprasetyo@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pada masa pandemi saat ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak dapat terlepas dari terdampaknya pandemi Covid-19. UMKM diharapkan mampu bertahan di masa pandemi saat ini dan dituntut harus mempunyai inovasi yang lebih agar pemasaran produknya terhadap masyarakat dapat diperluas tidak hanya di satu wilayah saja. Platform Shopee ini menjadi solusi pemasaran di *marketplace* bagi para pelaku UMKM agar mereka bisa mengembangkan usaha dan memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini. Metode penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Pemasaran opak dilakukan dengan cara dititipkan kepada penjual kue yang keliling di sekitar desa. Selain itu, warga yang memang mengetahui usaha opak ini pun ada yang sengaja datang untuk memesan opak untuk acara hajatan ataupun acara-acara penting lainnya. Berdasarkan penyelesaian yang telah dikemukakan mengenai Pemanfaatan *marketplace* Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Opak Ketan 2R, maka dapat diambil disimpulkan Pemanfaatan *marketplace* Shopee Opak Ketan 2R ini sudah cukup baik dalam memanfaatkan dan meningkatkan penjualan menggunakan *marketplace* Shopee.

Kata Kunci : *Marketplace*, UMKM, Pemasaran Online

Pendahuluan

Desa Panyingkiran merupakan desa yang berada di wilayah Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Desa Panyingkiran mayoritas sebagai buruh tani dan buruh harian lepas, selain itu masyarakat di Desa Panyingkiran memiliki usaha sampingan dengan membuka UMKM kecil-kecilan di rumah mereka. Salah satu potensi yang dimiliki Desa Panyingkiran dan perlu adanya pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memiliki kriteria sebagai usaha mikro (Pengantar, 2021).

Ketika corona virus menyebar ke seluruh dunia, bisnis di seluruh Indonesia melihat tantangan besar. Perusahaan yang merasakan dampak pandemi Covid-19 merasa sulit untuk beradaptasi, dan banyak yang berjuang untuk melindungi karyawan dari kehilangan pekerjaan mereka. Langkah-langkah keuangan yang belum pernah terjadi sebelumnya juga telah diumumkan untuk memastikan bahwa bisnis dan orang-orang terus berfungsi. Industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia salah satu yang terkena dampak pandemi

virus Corona (Dwijayanti & Pramesti, 2020). Pada saat pandemi tiba perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi kemajuan perdagangan online khususnya penjualan secara online di Indonesia. Pesatnya pertumbuhan pasar online telah menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi situs website penjualan secara online. Saat ini, menggunakan perkembangan teknologi yang semakin pesat, peluang untuk memasuki dunia bisnis semakin menguntungkan (Sitohang, 2022). Pada masa pandemi saat ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak dapat terlepas dari terdampaknya pandemi Covid-19. UMKM diharapkan mampu bertahan di masa pandemi saat ini dan dituntut harus mempunyai inovasi yang lebih agar pemasaran produknya terhadap masyarakat dapat diperluas tidak hanya di satu wilayah saja. Platform Shopee ini menjadi solusi pemasaran di *marketplace* bagi para pelaku UMKM agar mereka bisa mengembangkan usaha dan memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini. *Marketplace* ini adalah perantara antara penjual dan pembeli dalam dunia virtual, *marketplace* sebagai pihak ketiga dari transaksi tersebut yang menyediakan dua kebutuhan yaitu tempat penjualan dan pembayaran (Pambudi, 2013).

Artinya aktivitas berbelanja secara konvensional sedikit demi sedikit sudah tergantikan oleh media online, banyak toko maupun perusahaan yang menawarkan beragam produk baik barang maupun jasa melalui media online, baik situs toko yang dibuat sendiri, bekerjasama dengan *marketplace* yang telah tersedia, menggunakan aplikasi belanja online, maupun dengan memanfaatkan media sosial. Perkembangan zaman menjadikan pemasaran melalui media online seolah menjadi primadona baru di kalangan masyarakat, pelaku usaha banyak yang memanfaatkannya untuk mempromosikan produk (Ariyana et al., 2021). Di Desa Panyingkiran, Kecamatan Rawamerta memiliki beberapa potensi UMKM yang dapat dikembangkan, salah satunya yaitu usaha opak rumahan yang dikelola oleh Ibu. Ilah Hayati. UMKM ini sudah berjalan sejak tahun 2010 hingga sekarang. Pemasaran opak dilakukan dengan cara dititipkan kepada penjual kue yang keliling di sekitar desa. Selain itu, warga yang memang mengetahui usaha opak ini pun ada yang sengaja datang untuk memesan opak untuk acara hajatan ataupun acara-acara penting lainnya.

Dari pemaparan diatas maka usaha Opak Ketan 2r milik Ibu Ilah hayati mempunyai cara pemasaran untuk menjual produk ke konsumen, diperlukan pemanfaatan penjualan menggunakan *marketplace* Shopee dalam menaikkan penjualan Opak Ketan. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk menyusun laporan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan judul " Pemanfaatan Media Online Produk UMKM Opak Ketan 2R

menggunakan *marketplace* Shopee ".

Metode

1. Waktu dan Tempat Kajian

Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan secara Hybrid yang berlokasi di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Adapun waktunya terhitung dari Tanggal 01 Juli – 31 Juli 2021. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berada di Desa tersebut merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada.

2. Target dan Subjek

Sasaran dalam kegiatan ini yaitu pengembangan pemasaran UMKM Opak Ketan 2R milik Ibu Ilah Hayati yang menjadikan acuan untuk menggunakan pemasaran melalui *marketplace* shopee. hal ini bertujuan untuk menjadi tempat dalam melakukan pemasaran secara online yang nantinya diharapkan dapat mendapatkan lebih banyak pelanggan untuk membeli produk opak ketan yang ditawarkan melalui akun shopee yang telah dibuat.

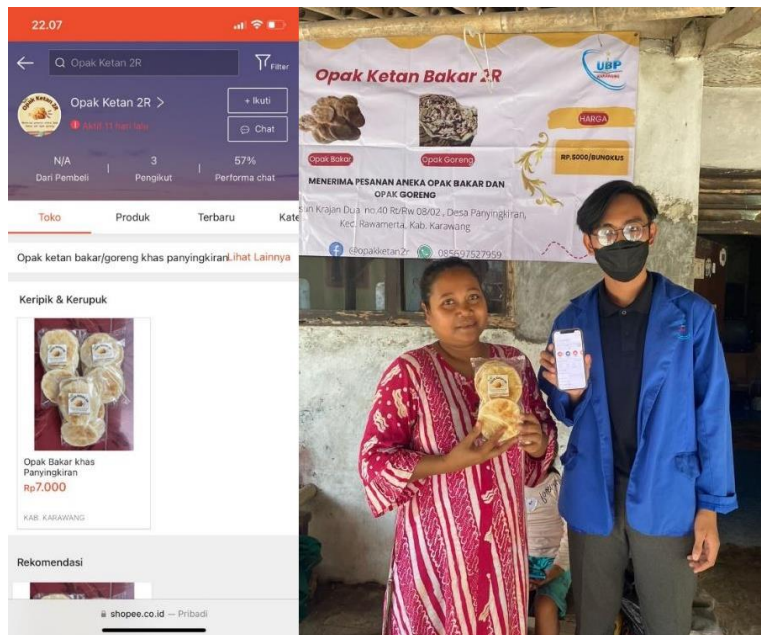
3. Teknik Analisis Data

Analisis Data yang dilakukan sebagai bahan Kajian yaitu data – data yang berkaitan dengan UMKM Opak Ketan 2R milik Ibu Ilah Hayati. Adapun data – data yang menjadi kebutuhan yaitu nama UMKM, dokumentasi dan harga produk serta kontak pemesanan. Selanjutnya data – data tersebut akan digunakan menjadi informasi yang bermanfaat pada halaman akun Shopee. Pada halaman Akun Shopee pengguna akan melihat nama UMKM, produk UMKM, deskripsi produk dan harga. Jika pengguna tertarik maka pengguna dapat langsung melakukan pemesanan produk.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Adapun hasil kegiatan dalam penelitian pada UMKM Opak Ketan 2R milik Ibu Ilah Hayati dengan nama shopeenya yaitu “Opak Ketan 2R” bertujuan sebagai tempat promosi pemasaran produk secara online. Dengan memiliki akun Shopee, UMKM tersebut dapat memasarkan produknya tidak hanya dilakukan dengan cara dititipkan kepada penjual kue yang keliling di sekitar desa. Dalam hal tersebut dapat menjadi solusi untuk menangani penurunan penjualan dan dapat bersaing dalam menghadapi hal tidak terduga seperti pandemi maupun perkembangan zaman. Pembuatan dan Pembinaan akun shopee ini di buat dengan untuk memudahkan pelaku UMKM Opak Ketan 2R mempromosikan dan memasarkan produknya di *marketplace*, begitu juga dengan para pelanggan dapat dengan mudah untuk menggunakan *marketplace* dan transaksi pemesanan atau pembelian produk tersebut.

Adapun gambar untuk pembinaan dan tampilan akun shopee UMKM Opak Ketan 2R yang sudah dibuat sebagai berikut :



Gambar 1 Pembinaan dan Tampilan akun Shopee

Pada gambar diatas berisi tentang tampilan akun shopee UMKM Opak Ketan 2R milik Ibu illah yang telah dibuat dan pembinaan singkat cara memposting produk melalui *marketplace* shopee.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Berdasarkan penyelesaian yang telah dikemukakan mengenai Pemanfaatan *marketplace* Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Opak Ketan 2R, maka dapat diambil disimpulkan Pemanfaatan *marketplace* Shopee Opak Ketan 2R ini sudah cukup baik dalam memanfaatkan dan meningkatkan penjualan menggunakan *marketplace* Shopee. Dengan memperkenalkan produk lebih mudah, efektif dan efisien terutama di tengah pandemi Covid-19. Konsumen atau calon konsumen juga lebih cepat mendapatkan informasi mengenai Opak Ketan 2R milik Ibu Ilah Hayati.

Rekomendasi

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang besar pada UMKM dalam melakukan aktivitas penjualannya, akibatnya penjualan produk dan penghasilan pun menurun. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dibutuhkan pemasaran yang secara tepat dalam proses penjualan produk UMKM. Dalam segi penjualan pun mulai beralih pada

penjualan secara online yaitu dengan memanfaatkan *marketplace* shopee, sehingga diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan dan UMKM dapat kembali secara normal.

Daftar Pustaka

- Ariyana, R. Y., Haryani, P., & Fatkhiyah, E. (2021). Pemanfaatan Marketplace Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Umkm Pada Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2020). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19.
- Pambudi, R. S. (2013). Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pengantar, K. (2021). *Pengertian Koperasi Syariah Dan UMKM Makalah ini Disusun untuk Memenuhi Tugas Pada Mata Kuliah Koperasi Syariah Riana Putri Sandita Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.*
- Sitohang, D. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan Kue Balok Batavia. *Asian Journal of Management and Administrative Science (AJMAS)*, 1(1), 1–4.