

IMPLEMENTASI MARKETPLACE TERHADAP PENJUALAN SAYUR SEGAR PADA USAHA DHEA SAYUR

Era Istiawati¹, Hendri Hermawan², Drajat Setiawan³

UIN K.H Abdurrahman Wakhid Pekalongan¹, UIN K.H Abdurrahman Wakhid Pekalongan^{1 2}, UIN K.H
Abdurrahman Wakhid Pekalongan³

erasetyowati06@gmail.com¹, hendri.hermawan@uingusdur.ac.id², drajat.stiawan@uingusdur.ac.id³

Abstrack

This research was conducted in Karangtalok Village, Ampelgading District, Pematang Regency. This research was conducted starting in May 2023. The purpose of this research was to find out how to implement a marketplace on Facebook and how to sell fresh vegetables managed by Dhea Sayur. The research method used is case study research with a qualitative descriptive approach with primary and secondary data through observation, interviews, and documentation. The results achieved in this study are that with the implementation of the Facebook Marketplace, sellers are able to take advantage of digital marketing in reaching various elements so as to make it easier to get consumers and are expected to be able to introduce and improve products in their marketing. Based on the results of the conclusion, sales using the Facebook Marketplace have not resulted in effective marketing in making sales through online shops

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Karangtalok Kecamatan Ampelgading Kabupaten Pematang. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Mei tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara mengimplementasikan marketplace pada facebook dan bagaimana penjualannya terhadap sayur segar yang dikelola oleh Dhea Sayur. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif Kualitatif dengan data primer dan skunder melalui observasi, wawancara, dan Dokumentasi. Adapun hasil yang dicapai pada penelitian ini adalah dengan adanya Implementasi Marketplace Facebook, penjual mampu memanfaatkan digital marketing dalam menjangkau berbagai elemen sehingga mampu mempermudah dalam mendapatkan konsumen dan diharapkan mampu untuk memperkenalkan dan meningkatkan produk dalam pemasarannya. Berdasarkan hasil kesimpulan mengatakan, bahwa penjualan dengan menggunakan Marketplace Facebook belum menghasilkan pemasaran yang efektif dalam melakukan penjualan melalui online shop.

Kata Kunci: implementasi, Marketplace, Pemasaran, dan Sayur Segar

PENDAHULUAN

Kebutuhan gizi seseorang sangat dipengaruhi oleh pola makan yang dikonsumsi. Kualitas dan kuantitas makanan dan minuman yang dikonsumsi sangat berpengaruh terhadap tingkat Kesehatan individu dan masyarakat. Mengonsumsi gizi yang buruk dan tidak sesuai dengan kebutuhan tubuh dapat meningkatkan resiko penyakit tidak menular seperti Hipertensi

dan Diabetes. Sebagian besar penyakit ini dapat terjadi dikarenakan kelebihan berat badan dan kegemukan akibat dari mengkonsumsi asupan kaya energi, kaya lemak jenuh, gula dan garam tambahan, namun kurang untuk mengkonsumsi sayuran dan buah. Serta juga kurangnya melakukan aktivitas fisik seperti olahraga (Hendra et al., 2019).

Pergeseran pola perekonomian di Indonesia, salah satunya disebabkan oleh teknologi internet yang mampu mengubah perilaku masyarakat. Di Indonesia sendiri kemajuan teknologi sangat dirasakan oleh seluruh masyarakat dimana munculah beragam media dalam memasarkan produk, seperti salah satu pasar digital Marketplace. Marketplace merupakan salah satu pasar digital yang pada dasarnya memiliki keserupaan dengan pasar-pasar tradisional yang tidak mewajibkan antara pembeli dan pelanggan saling bertatap muka secara langsung. Marketplace dapat digunakan oleh pedagang untuk mempromosikan dan menawarkan barang dagangannya kepada konsumen, yang mana keamanan pada marketplace akan lebih aman karena pengelola marketplace sekaligus berperan sebagai pengawas transaksi (Rohmawan et al., 2022).

Pemilik Marketplace memiliki peran sebagai pihak yang mempertemukan antara penjual dan pembeli pada situs web mereka. Adapun beberapa macam marketplace yang ada di Indonesia yaitu, Blibli, Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Lazada dan Tiktok shop. Melihat banyaknya manfaat dan keuntungan yang dapat diperoleh, marketplace sangat dibutuhkan oleh pasar-pasar. Selain itu produk-produk yang ditawarkan oleh Marketplace juga beragam, mulai dari makanan, pakaian, kebutuhan ibu rumah tangga dan bahkan masih banyak lainnya (Sau, 2021)

Salah satu contoh yang dapat peneliti ungkapkan dalam penelitian ini adalah salah satu usaha sayur segar yang dijalankan oleh ibu Kusmiati dengan nama usaha "Dhea Sayur" di pasar Bodeh kabupaten Pematang Jaya. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat informasi bahwa Dhea Sayur ini sudah berjalan selama 8 tahun lebih. Adapun sayur yang dijual juga sangat beragam, mulai dari cabai, tomat, kobis, wortel, solong dan yang lain. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, penjualan sayur yang dilakukan oleh Dhea Sayur masih tergolong tradisional. Yang mana kurangnya informasi mengenai pemanfaatan promosi pada media sosial.

Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis akan melakukan pelatihan cara mengimplementasikan dan memanfaatkan media sosial sebagai proses penjualan dan pemasaran sayur segar dan juga akan melakukan pendampingan terkait

pembukaan akun Marketplace Facebook pada usaha Dhea Sayur. Berdasarkan dengan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul“Implementasi Marketplace terhadap Penjualan Sayur Segar pada Usaha Dhea Sayur” .

Tinjauan Literatur

Definisi Marketplace

Marketplace adalah model bisnis yang berkembang akhir akhir ini seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Marketplace ini dirancang untuk meminimalisir proses bisnis sehingga terciptalah waktu yang lebih efektif dan efisien. Marketplace memudahkan dalam melakukan transaksi jual beli, mempermudah, cepat dan lebih murah. Hal ini dikarenakan tidak adanya Batasan ruang dan waktu. (Yustiani & Yunanto, 2017)

Marketplace adalah sebuah forum jual beli atau platform yang dirancang khusus untuk sebuah bisnis, yang terdiri dari penjual dan pembeli. Marketplace merupakan sprogram informasi antara organisasi berisi antara konsumen dan penyuplai yang menajdi anggota dengan tujuan saling bertukar informasi seperti harga dan produk untuk dijual atau dilelangkan Kembali. Cara mengakses marketplace pun sangat mudah, yaitu menggunakan teknoogi seperti handpohone, laptop dan harus terkoneksi dengan internet.(Ana, 2022)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatis deskriptif. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa, memberikan gambaran serta pandangan terhadap objek yang diteliti dengan melalui data atau sampel yang telah dikumpulkan. Dengan ,enggunakan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara atau tinjauan literatur.. serta rancangan peningkatan hasil penjualan dengan Model PDCA (Plain, Do. Chek, dan Action).(Syaputra, 2022)

Konsep PDCA menurut Susanto et al., (2020) adalah suatu proses yang dilakukan untuk menyelesaikan dan mengendalikan masalah denga model pola secar urut dan sistematis.

a. P(Plain : Rencanakan)

Tahapan dimana merenungkan suatu tujuan(goal) dan proses apa saja yang akan dibutuhkan dalam menentukan hasil yang sesuai dengan spesifikasi tujuan yang telah ditetapkan.

b. D (Do : Kerjakan)

Tahapan dimana harus melakukan perencanaan proses yang sebelumnya telah ditentukan, serta ukuran dalam proses telah ditetapkan dalam tahapan perencanaan.

c. C (Chek : Evaluasi)

Tahapan dimana harus dilakukannya sebuah Evaluasi dan proses serta melaporkan hal hal apa saja yang kemungkinan terjadi atau bahkan sudah terjadi.

d. A (Act : Menindaklanjuti)

Tahapan dimana dilakukannya suatu Evaluasi total terhadap hasil sasaran dan proses. Dengan menindaklanjuti perbaikan perbaikan. Jika terjadi suatu kekurangan atau belum sempurna atas hasil yang telah dikerjakan, maka harus segera dilakukannya sebuah Tindakan untuk memeperbarui,

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan focus dari penelitian ini yaitu Implementasi Marketplace Facebook untuk promosi dan penjualan online usaha Penjualan Sayur segar di Depot Dhea sayur berdasarkan konsep PDCA.

1. Perencanaan Usaha Dhea Sayur

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan Pemilik Usaha Dhea Sayur tentang perencanaan yang diterapkan dalam memasarkan produk barbagai macam sayuran menggunakan Marketplace Facebook, hasil wawancara dengan pemilik usaha Dhea Sayur Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana cara memasarkan produk sebelum menerapkan E-Marketing

2. Kerjakan

a. Desain Postingan

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan Pemilik usaha Dhea Sayur tentang cara membuat bahan postingan untuk dijadikan bahan promosi di Marketplace Facebook, hasil wawancara dengan Pemilik usaha Dhea Sayur, Sebuah akun media sosial harus kelihatan menarik. Untuk itu desain postingan dan deskripsi postingan sangat berpengaruh.

b. Keputusan harga

Keputusan harga sehubungan dengan penetapan harga yang digunakan sangatlah menjadi faktor dalam keputusan pembelian, berikut ini hasil penelitian

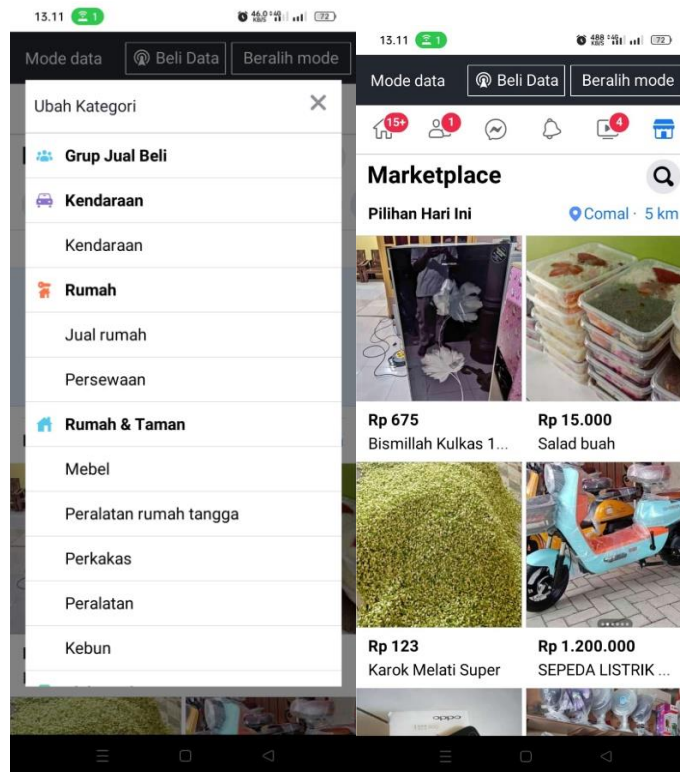
yang diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan mengenai penetapan harga yang digunakan usaha Dhea Sayur.

c. Prosedur

melakukan transaksiProsedur dalam melakukan transaksi usaha Dhea sayur. Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana sistem untuk pembayaran pada usahaDhea sayur.

d. Tampilan

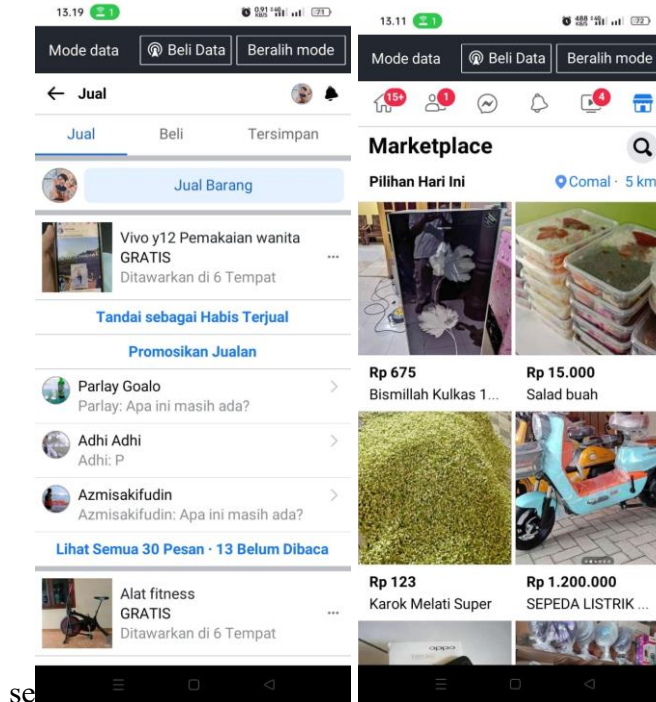
prosedur pemasaran sayuran pada Marketplace Facebook melalui Smartphon



Gambar 1. Halaman depan Marketplace Facebook

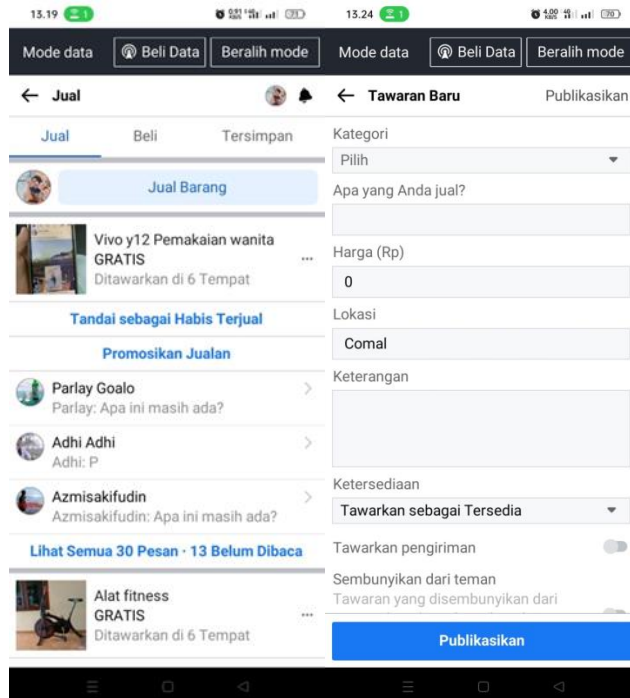
Gambar 1. Menunjukkan halaman awal Marketplace facebook

Setelah mengklik Icon Facebook dimana dimunculkan produk produk yang teruplod, pengguna dapat mengecek apa saja yang marketpalace sediakan, mulai dari Rental, pekerjaaa, dan daftar produk sesuai lokasi dan grup jual beli.



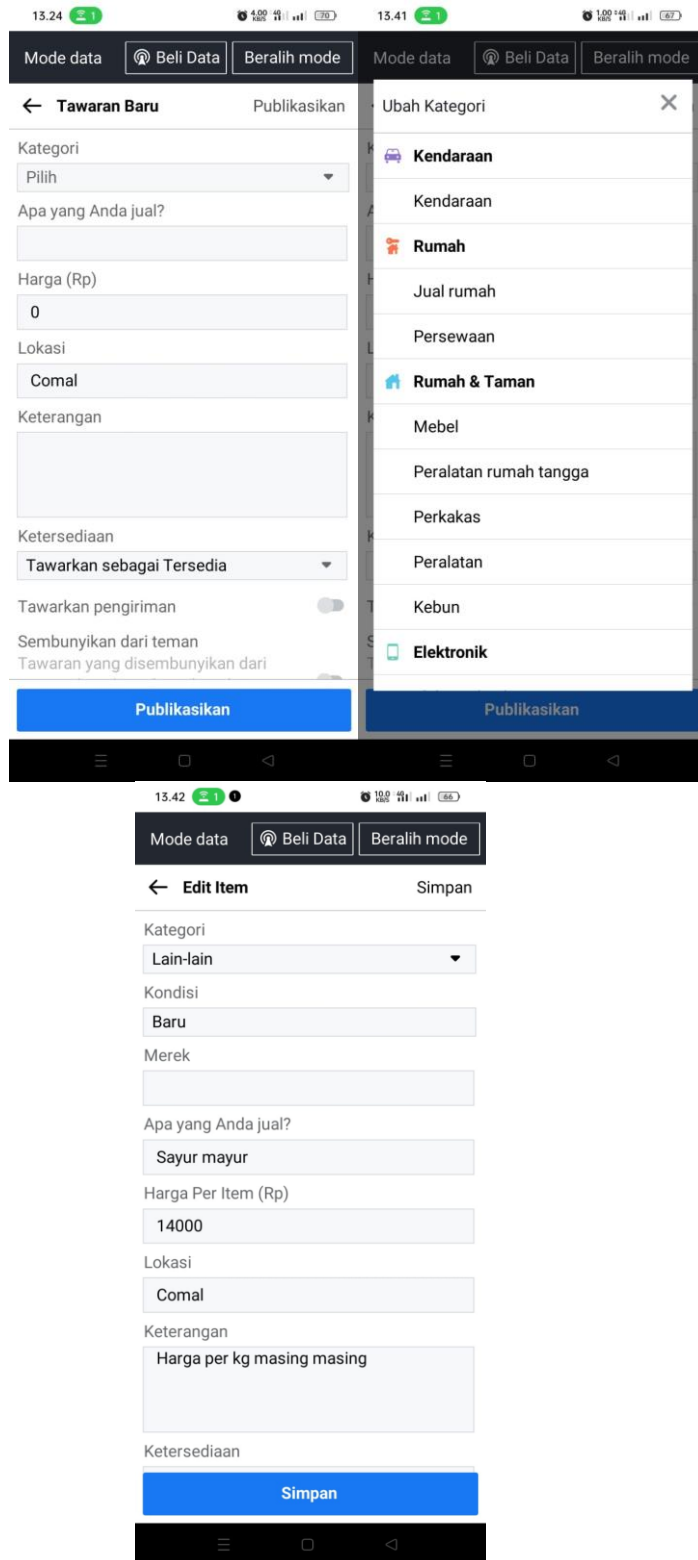
Gambar 2. Halaman Akun dan Profile Marketplace

Menampilkan halaman akun Marketplace Facebook serta Profile pengguna yang aman didalamnya terdapat berbagai menu seperti: Selling, Buying, Orders, Saved, Marketplace Followers dan Following.



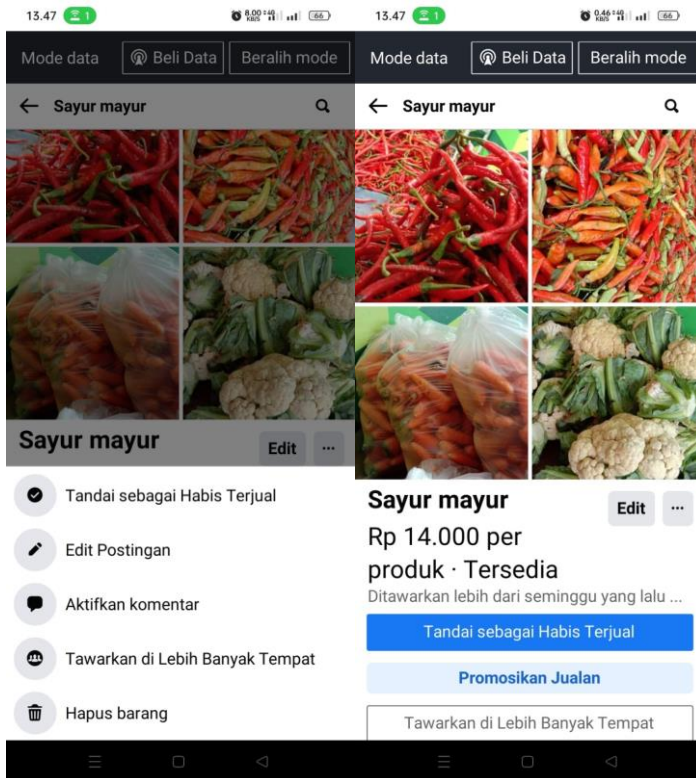
Gambar 3. Halaman Sell items dan New Item

Halaman di atas menjelaskan proses penjualan produk dengan memilih icon sell, memilih items sehingga muncul formulir untuk melengkapi data produk yang akan dijual.



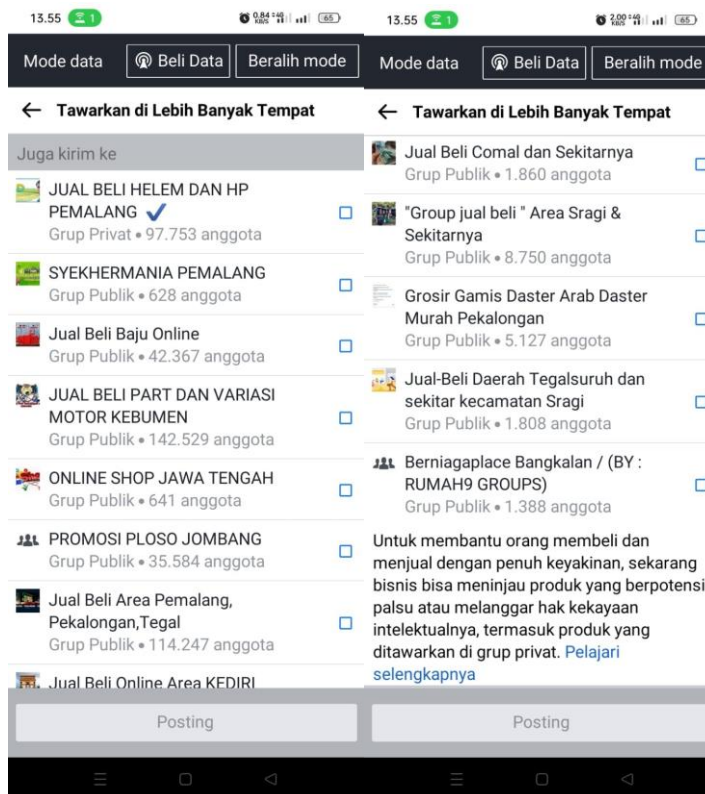
Gambar 4. Halaman Isian detail Produk

Halaman diatas merupakan proses pengisian formulir penjualan produk mulai dari foto produk, judul, harga, kategori, lokasi dan deskripsi produk yang merupakan penjelasan yang nantinya akan dilihat oleh pengunjung di Marketplace Facebook.



Gambar 5. Halaman daftar produk yang dijual

Gambar diatas Menjelaskan produk yang akan difasilitas untuk mengedit detail produk jika sudah laku, dihapus, diposting baru lagi atau diposting di tempat lain .



Gambar 6. Halaman untuk berbagi postingan

Dari gambar 6 di atas menunjukkan cara untuk berbagi postingan produk kepada grup Facebook ke akun lain atau memposting ke status Facebook.

e. Evaluasi

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap informan pemilik usaha Dhea Sayur, pada tahapan ini pemilik memantau perkembangan promosi dan penjualan di Marketplace Facebook dan menentukan hal apa saja yang dapat dilakukan dalam meningkatkan promosi dan penjualan secara online. Hasil wawancara dengan pemilik usaha Dhea sayur sebagai berikut:

“Dalam aplikasi Facebook saya mengamati jumlah respon dari pengguna FB pada produk yang sudah diunggah, karena ini sangat berpengaruh terhadap postingan. Mengcek berulang kali, dan mencoba mencari referensi promosi yang lebih menarik lagi ”(Wawancara pada hari Kamis, tanggal 18 Mei 2023).

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan Bagaimana respon atau tanggapan pelanggan apakah cenderung positif atau negative? hasil wawancara dengan Pemilik usaha Dhea Sayur sebagai berikut :

“Sejauh ini dalam postingannya tidak terlalu banyak yang memberikan like, dan mengomentari postingan sayur ini, dan juga yang saya amati komentar orang-orang dalam postingan cenderung komentar yang positif”.(Wawancara pada hari Kamis, tanggal 18 Mei 2023).

f. .Menindaklanjuti

Pada tahapan ini dilakukan rekomendasi berdasarkan laporan perkembangan setelah dilakukan evaluasi sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Memulai kembali merencanakan, menganalisa dan menindaklanjuti yang disepakati sesuai hasil evaluasi sebelumnya.

Masalah atau kendala yang dihadapi dalam Implementasi Facebook Beragam, salah satunya hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan mengenai masalah atau kendala dalam Implementasi Marketplace Facebook yang digunakan pemilik usaha Dhea Sayur. Berikut kutipan wawancara terhadap pemilik usaha Dhea sayur:

“Dalam pemasaran melalui online ini produk sayur mayur kurang laku, lebih banyak kemungkinan yang terjadi salah satunya kerana harga jual sayur yang tidak menentu, harga sayur yang sering berubah setiap harinya menjadi kendala dalam pemasaran. Karena tidak bisa dijadikan acuan. Selain itu konsumen juga lebih tertarik akan

membeli pada pasar tradisional dikarenakan bisa melihat dan memilih barang secara langsung” (wawancara pada hari Kamis, tanggal 18 Mei 2023)

Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan prosens penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian Penelitian ini menggunakan metode deskripti kualitatif tentang bagaimana Implementasi Markeplace pada penjualan sayur saruyan.

Hasil penelitia dan fakta dilapangan menunjukkan bahwa pemilik usaha Dhea Sayur menyimpan strategi pemasaran produk dengan penerapan atau pengimplementasian E-Marketing (pemasaran internet) pada marketplace Facebook.

Adanya Marketplace Facebook yang diterapkan, desain yang baik dan menarik, dengan keputusan harga yang diterapkan, prosedur pemasaran marketplace facebook, prosedur melakukan transaksi dan sistem pembayaran yang mudah, yang diterapkan usaha Dhea Sayur ternyata belum efektif menjangkau berbagai elemen masyarakat sehingga belum mampu meningkatkan penjualan produk sayuran.

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah penulis teliti, maka dapat ditarik kesimpulan serta saran yang baik pemilik usaha Dhea Sayur di Desa Karangtalok Kec. Ampelgading Kab. Pematang. Adapun kesimpulan ini adalah pemilik usaha Dhea Sayur telah mempersiapkan strategi pemasaran produk dengan pemasaran digital menggunakan Marketplace facebook yang telah diterapkan dijalankan beberapa bulan terakhir. Serta adanya desain dan keputusan harga yang telah ditentukan, dan metode pembayaran yang sangat mudah. Yang telah diterapkan oleh pemilik usaha dhea Sayur. Yang mana ternyata pemasaran dengan menggunakan Marketplace Facebook belum menghasilkan hasil yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, N. T. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat Dan Layanan Pelanggan Online Sebagai Pilihan Berbelanja Di Marketplace Tokopedia. *EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 252–264.
- Hendra, P., Suhadi, R., Virginia, D. M., & Setiawan, C. H. (2019). Sayur bukan menjadi preferensi makanan remaja di Indonesia. *Jurnal Kedokteran Brawijaya*, 30(4), 331–335.
- Rohmawan, S. G., Sasongko, L. A., Fachriyan, H. A., & Hastuti, D. (2022). STRATEGI E-MARKETING PRODUK SAYURAN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA SEMARANG. *Prosiding Seminar Nasional Perlindungan Tanaman*, 19–27.
- Sau, T. (2021). Implementasi Marketplace pada Penjualan Sayuran Organik. *Jurnal Ilmiah Agrotani*, 3(2), 1–12.
- Susanto, A., Sari, C. A., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42–51.
- Syaputra, M. J. (2022). Hindroponik MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PANGAN DENGAN TEKNOLOGI HIDROPONIK UNTUK PEMULIHAN KONDISI SOSIAL EKONOMI. *Lensa*, 16(2), 9–15.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48.