

Marketplace Making Training for Members of the Sleman Craftsman Association

Endah Wening Budiningrum¹, Endang Hariningsih², Dwi Wahyu Pril Ranto^{3*},
Raden Nur Budi Setiawan⁴

¹Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta, Yogyakarta

^{2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa, Yogyakarta

⁴Universitas Janabadra, Yogyakarta

Corresponding Author: Dwi Wahyu Pril Ranto, dwiwahyuprilranto@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: jogjesmart.com,
*Online Marketing, Business
System*

Received : 20 June

Revised : 20 July

Accepted: 25 Agustus

©2023Budiningrum, Hariningsih,
Ranto, Setiawan: This is an open-
access article distributed under the
terms of the [Creative Commons
Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Marketing trends have changed due to the Covid 19 pandemic. Online marketing through marketplaces is used to increase MSME sales during the Covid 19 Pandemic. An introduction to marketplaces and the concept of online sales in marketplaces as a group is needed. This community service activity is carried out by developing the jogjesmart.com marketplace for IKAPIM. The method is carried out by giving lectures and training on how to use the marketplace. The first activity introduced the marketplace then continued how to use jogjesmart.com and continued explaining the MSME business system through online marketing. Online marketing can be carried out by cooperatives through jogjesmart.com which is managed by the cooperative admin. Online sales via jogjesmart.com can be linked to the free shipping facility provided by the DIY UKM Cooperative Service through the sibakul application. The cooperative admin connects sales with the facilitation of free shipping from the DIY UKM Cooperative Service.

Pelatihan Pembuatan Marketplace Bagi Anggota Ikatan Pengrajin Sleman

Endah Wening Budiningrum¹, Endang Hariningsih², Dwi Wahyu Pril Ranto^{3*}, Raden Nur Budi Setiawan⁴

¹Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta, Yogyakarta

^{2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa, Yogyakarta

⁴Universitas Janabadra, Yogyakarta

Corresponding Author: Dwi Wahyu Pril Ranto, dwiwahyuprilranto@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: jogjesmart.com, Pemasaran Online, Sistem Bisnis

Received : 20 June

Revised : 20 July

Accepted: 25 Agustus

©2023Budiningrum, Hariningsih, Ranto, Setiawan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tren pemasaran berubah karena pandemic Covid 19. Pemasaran online melalui *marketplace* digunakan untuk meningkatkan penjualan UMKM dimasa Pandemi Covid 19. Diperlukan pengenalan tentang *marketplace* dan konsep penjualan *online* di *marketplace* secara kelompok. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan mengembangkan *marketplace* jogjesmart.com bagi IKAPIM. Metode yang dilakukan dengan memberikan ceramah dan pelatihan tentang cara pemanfaatan *marketplace*. Kegiatan pertama memperkenalkan *marketpalce* kemudian dilanjutkan bagaimana memanfaatkan *jojesmart.com* dan dilanjutkan menjelaskan sistem bisnis UMKM melalui pemasaran *online*. Pemasaran online dapat dilakukan oleh koperasi melalui *jogjesmart.com* yang dikelola oleh admin koperasi. Penjualan *online* melalui *jogjesmart.com* dapat dilinkkan dengan fasilitas *free* ongkir yang disediakan oleh Dinas Koperasi UKM DIY melalui aplikasi *sibakul*. Admin koperasi menghubungkan penjualan dengan fasilitas *free* ongkir dari Dinas Koperasi UKM DIY.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 membuat trend pemasaran melalui *marketplace* saat ini semakin berkembang. Penggunaannya semakin meningkat dan menjadi pilihan oleh banyak konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan karena ada pembatasan aktifitas dan juga karena tidak menggunakan banyak waktu dan tenaga. *Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi & Saputra, 2017). *Marketplace* memberikan kemudahan kepada para penjual untuk berjualan online. *Marketplace* menyediakan tempat untuk berjualan online, menyediakan toko online untuk masing-masing penjual. Berjualan di *marketplace* dimulai dengan melakukan pendaftaran di *marketplace* kemudian untuk proses transaksi sudah tersedia di sistem *marketplace*. Penjual dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan pelayanan dan promosi melalui iklan (Fitriyana et al., 2021).

Kondisi Pandemi Covid 19 berakibat pada penurunan omzet penjualan UMKM khususnya UMKM di wilayah Kabupaten Sleman. *Marketplace* menjadi peluang bagi para pelaku usaha yang sudah ada untuk lebih meningkatkan lagi jangkauan pasar dan peningkatan penjualan, yaitu dapat menjangkau bukan hanya untuk wilayah Sleman saja tetapi sampai ke seluruh wilayah di luar Sleman (Nurani & Widhajati, 2019).

Namun disadari faktanya, pemanfaatan *marketplace* tidak semua dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Hal ini disebabkan oleh informasi yang kurang, ketidakmampuan dalam pemanfaatan *marketplace* tersebut dan kurangnya daya dukung dari pemerintah setempat (Nurani & Widhajati, 2019). Persoalan ini juga dirasakan oleh anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman. Mereka kurang mampu berkembang karena minimnya pengetahuan dan lemahnya keterampilan dalam pemanfaatan *marketplace* (Dwijayanti & Pramesti, 2021). Persoalan ini apabila tidak diantisipasi, maka akan sangat berdampak pada keberlangsungan usaha mereka, sehingga keharusan untuk perlu mencari alternatif media pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk (Ilmiyah & Krishernawan, 2020).

Untuk itu, perlu ada kegiatan pelatihan untuk mengenalkan dan memberikan pelatihan tentang penggunaan *marketplace* untuk UMKM (Hendrawan et al., 2019). Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan *marketplace* pada pelaku usaha kecil khususnya pada anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman untuk dapat memperluas akses pasar yang lebih luas.

Dalam laporan ini, penulis menggunakan definisi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merujuk pada Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) pada 16 Februari 2021. PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) (Aqida & Fitria, 2021).

Kriteria UMKM yang baru diatur di dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM. Berdasarkan pasal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku. Kriteria modal tersebut terdiri atas (Jaidan, 2010):

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- c. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan bagi UMKM yang telah berdiri sebelum PP UMKM berlaku, pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan. Kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)
- c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Marketplace merupakan media online berbasis internet (*web based*) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka (Ahsyar et al., 2020). Sedangkan *place* sendiri dalam kamus bahasa Inggris artinya adalah tempat. Jadi, pengertian dari *Marketplace* adalah tempat atau wadah untuk melakukan pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet.

Menurut Dwijayanti & Pramesti (2021), kolaborasi antara UMKM yang bekerja sama dengan *platform*, *marketplace* dan media social sangat membantu sebagai media pemasaran, promosi dan penjualan *online*. Pada masa pandemi, penjualan UMKM terbantu dengan adanya kolaborasi dengan *marketplace* dan media social. Begitu juga menurut yang menjelaskan bahwa promosi penjualan dan juga kualitas *e-service* memiliki pengaruh terhadap niat beli konsumen di *Marketpalce* Shopee. Untuk itu diperlukan pengenalan lebih jauh terhadap UMKM bagaimana berjualan di *marketplace* dengan mengkolaborasikan promosi dan fasilitas dari pemerintah (Bisma & Pramudita, 2020).

PELAKSAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini ditujukan untuk anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (IKAPIM). Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan mengembangkan *marketplace* jogjesmart.com bagi IKAPIM, memberikan ceramah dan pelatihan tentang cara pemanfaatan *marketplace* tersebut. Dalam pelatihan ini, peserta juga diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab kepada penyaji agar dapat lebih memahami materi pelatihan. Pemahaman ini diperlukan agar peserta dapat lebih baik dalam menerapkan materi pelatihan dalam kegiatan usaha mereka. Adapun materi pengabdian adalah:

1. Pengenalan *Marketplace*.

Materi yang diberikan terkait pengenalan *marketplace* jogjesmart.com sebagai tambahan landing page selain pemanfaatan media sosial dan juga *marketplace* lain yang selama ini sudah dimanfaatkan oleh anggota IKAPIM.

2. Penjelasan rencana pengembangan jogjesmart.com

Pada sesi ini peserta dijelaskan tentang rencana pengembangan jogjesmart.com sebagai *one stop shopping* hasil produksi UMKM para anggota IKAPIM sehingga dapat meningkatkan omset penjualan serta pangsa pasarnya.

Evaluasi dilakukan pasca pelatihan ini dilaksanakan. Keberhasilan dari penyuluhan dan pelatihan ini dapat dilihat dari indikator yang berupa kemampuan peserta dalam memasarkan produknya secara online serta kenaikan penjualannya sebagai dampak dari penjualan melalui Jogjesmart.com.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Persiapan

Persiapan dilaksanakan dengan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Persiapan ini juga melibatkan partisipasi aktif dari anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman. Persiapan tersebut antara lain:

- a. Survey permasalahan di IKAPIM.
 - b. Penyusunan proposal kegiatan.
 - c. Pemilihan nama domain Jogjesmart.com
 - d. Pembelian hosting
 - e. Pengembangan sistem marketplace online dengan memanfaatkan Wordpress.
 - f. Persiapan materi pengabdian untuk sosialisasi Jogjesmart dan pemanfaatannya serta rencana pengembangan secara berkelanjutan.
2. Berkoordinasi dengan instansi terkait

Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan koordinasi dengan instansi-instansi terkait seperti perguruan tinggi AMA Yogyakarta, dan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman tempat dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini. Dalam koordinasi dengan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman, ditentukan jadwal dan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

3. Mempersiapkan peralatan dan perlengkapan kegiatan

Peralatan dan perlengkapan dipersiapkan dengan bantuan dari perguruan tinggi dan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman. Pertama yang dipersiapkan adalah materi pengabdian, kemudian mempersiapkan peralatan seperti Laptop, LCD, dan Screen (Layar). Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman membantu dalam mempersiapkan tempat, *sound system*, serta konsumsi peserta.

Pengabdian Kepada masyarakat dengan judul: Pemanfaatan *Marketplace* Jogjesmart.com untuk UMKM dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 26 Oktober 2021, jam 9.00 WIB – selesai, bertempat di Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman, Gang Damar No 15 Janti Caturtunggal Depok Sleman. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah *launching* pembuatan *marketplace* yang bertujuan untuk pemasaran produk-produk anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (IKAPIM). Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat bagi anggota koperasi. Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Menambah pengetahuan anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman tentang *marketplace*.
2. Memberikan tambahan alternatif pemasaran di *marketplace* bagi para anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman dengan nama domain Jogjesmart.com.

Dalam kegiatan ini disampaikan bagaimana mekanisme pemasaran online yang dapat dilakukan oleh KSU IKAPIM dengan menggunakan web jogjesmart.com. Penjualan produk anggota koperasi saat ini masih dijual secara

offline ke berbagai toko, supermarket, dan pusat oleh-oleh. Dengan adanya perubahan perilaku belanja masyarakat maka diberikan alternatif penjualan secara online. Penjualan *online* produk anggota koperasi masih dilakukan secara individu anggota belum diakukan oleh koperasi.

Penjualan *online* oleh koperasi dapat dilakukan menggunakan jogjesmart.com yang dapat dikolaborasikan dengan fasilitas-fasilitas yang ada. Dinas Koperasi UKM DIY memberikan fasilitas free ongkir pengiriman untuk penjualan produk UKM maupun produk koperasi. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan oleh koperasi dalam upaya peningkatan penjualan produk anggota koperasi. Koperasi dapat mendaftarkan menjadi mitra sibakul di Dinas Koperasi UKM DIY uuntuk mendapatkan fasilitas *free* ongkir. Selain itu anggota koperasi juga dapat mendaftarkan secara individu menjadi mitra sibakul.

Pemasaran online dapat dilakukan oleh koperasi yang dikelola oleh admin koperasi. Admin koperasi bertugas melakukan proses penjualan produk anggota secara online. Admin koperasi menghubungkan penjualan dengan fasilitasi *free* ongkir dari Dinas Koperasi UKM DIY. Dengan proses ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk anggota koperasi.



Gambar 1 Proses Pelatihan Mekanisme Pemasaran Online Melalui jogjesmart.com

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu :

Faktor-faktor pendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu:

1. Adanya penerimaan yang sangat positif dari anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman.

2. Adanya perhatian dan tanggapan yang luar biasa dari peserta baik pada saat ceramah dilakukan maupun pada sesi tanya jawab.

Ada beberapa hambatan yang ditemui dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu :

1. Latar belakang pendidikan peserta yang berbeda-beda (heterogen) mempengaruhi dalam hal penyerapan materi yang diberikan. Peserta yang datang berusia antara 30 tahun - 50 tahun dengan latar belakang pendidikan yang berbeda.
2. Waktu yang sangat terbatas membuat materi pelatihan yang disampaikan dan tanya jawab yang dilakukan belum dapat memuaskan semua peserta pelatihan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dapat terlaksana dengan baik dan mendapat tanggapan yang sangat positif dari anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman. Bahkan mereka meminta apabila dimungkinkan di lain waktu dapat dilaksanakan kegiatan-kegiatan sejenis, karena mereka merasa manfaat dari kegiatan ini benar-benar dibutuhkan bagi kemajuan mereka dan menambah wawasan mereka, khususnya dalam mengembangkan bisnis di masa mendatang.



Gambar 2 Serah terima jogjesmart.com ke Pengurus KSU IKAPIM

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari pelatihan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa *marketplace* dapat membantu masyarakat didalam memasarkan produknya secara online. Untuk dapat bertahan dalam kondisi apapun, perlu ada upaya -

upaya untuk dapat keluar dari masalah yang ada, khususnya dalam mengenalkan dan memasarkan produk ke masyarakat luas. Peserta pelatihan sangat antusias dan memberi sambutan yang sangat positif terhadap kegiatan ini.

Rekomendasi untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat kedepannya sebaiknya dapat terus dilakukan, karena di masa mendatang, pelatihan-pelatihan seperti ini masih sangat diperlukan untuk mendorong anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman dalam memasarkan produknya. Perlu dukungan dari semua pihak agar khususnya kepada anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman agar bisnis mereka dapat bertahan dan berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diberikan kepada Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman yang telah memfasilitasi baik berupa waktu, tempat, dan peralatan untuk kegiatan pelatihan dalam rangka pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami berikan kepada teman sejawat yang ikut serta dan meluangkan waktu dalam pelaksanaan setiap tahapan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian Deni. *JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136. <https://doi.org/10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002>
- Aqida, M. S., & Fitria, S. (2021). Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan Umkm Dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Mediator Di Kota Jambi. *Diponegoro Journal of Management*, 8(2009), 1-15. <http://repository.uinjambi.ac.id/9242/>
- Bisma, M. A., & Pramudita, A. S. (2020). Analisa Minat Pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi Digital Marketplace Online di Kota Bandung. *Competitive*, 14(2), 36-44. <https://doi.org/10.36618/competitive.v14i2.617>
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital

- menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765>
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawat, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Hummansia*, 2(1), 25–36.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Jaidan, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Nurani, & Widhajati, E. (2019). Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Jurnal BENEFIT*, 6(1), 58–66. <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267/247>