

Penerapan Marketplace Sebagai Media Peningkatan Efisiensi Penjualan pada PT. Sinar Bakery

Syafi'ul Hamidani¹, Robi Yanto², Juminovario³, Syafri Aprudi⁴

^{1,2}Jurusan Sistem Informasi, STMIK Bina Nusantara Jaya Lubuklinggau

^{3,4}Jurusan Ilmu Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Musi Rawas

¹hamidanipertama@gmail.com, ²wrtech30@gmail.com, ³Juminovario03@gmail.com, ⁴syafri1971@gmail.com

Abstract

The development of information technology has had a significant impact on product marketing and sales strategies. One of the rapidly developing innovations is the use of marketplace platforms as a sales medium. Previously, PT. Sinar Bakery only relied on conventional sales through physical stores and direct orders. This limits market reach and creates efficiency constraints in the distribution and promotion process. Because of this, it is deemed necessary to hold training and assistance on the use of marketplaces. This study aims to improve sales efficiency at PT. Sinar Bakery through the implementation of marketplace platforms as a digital distribution and promotion medium. PT. Sinar Bakery is a micro-enterprise that previously relied on conventional sales methods with limited market reach. The scope of activities includes training and assistance in the use of marketplaces (such as Shopee and Tokopedia) as marketing and transaction media. The method used is a participatory approach in community service programs, which consists of stages of problem identification, training, technical assistance, and monitoring and evaluation. Data were obtained through observation, interviews, and analysis of sales results before and after the implementation of the marketplace. The results showed an increase in sales volume of 40%, operational cost efficiency of 20%, and expansion of market reach.

Keywords: marketplace, UMKM, digitalization

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap strategi pemasaran dan penjualan produk. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan platform marketplace sebagai media penjualan. Sebelumnya, PT. Sinar Bakery hanya mengandalkan penjualan konvensional melalui toko fisik dan pemesanan langsung. Hal ini membatasi jangkauan pasar dan menimbulkan kendala efisiensi dalam proses distribusi dan promosi. Karena hal itu maka dirasa perlu diadakannya pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan marketplace, Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi penjualan pada PT. Sinar Bakery melalui penerapan platform marketplace sebagai media distribusi dan promosi digital. PT. Sinar Bakery merupakan usaha mikro yang sebelumnya mengandalkan metode penjualan konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Ruang lingkup kegiatan mencakup pelatihan dan pendampingan penggunaan marketplace (seperti Shopee dan Tokopedia) sebagai media pemasaran dan transaksi. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dalam program pengabdian masyarakat, yang terdiri dari tahapan identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan teknis, serta monitoring dan evaluasi. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan analisis hasil penjualan sebelum dan sesudah implementasi marketplace. Hasil menunjukkan adanya peningkatan volume penjualan sebesar 40%, efisiensi biaya operasional sebesar 20%, serta perluasan jangkauan pasar.

Kata kunci: marketplace, UMKM, digitalisasi



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap strategi pemasaran dan penjualan produk. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan platform marketplace sebagai media penjualan. Marketplace memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, efisien, dan real-time.

Marketplace adalah jenis situs e-commerce dimana produk atau layanan informasi yang bisa disediakan oleh beberapa pihak ketiga[1] yang mempunyai banyak kelebihan seperti sering adanya promo, harga produk lebih murah, dan tampilan antarmuka yang lebih baik [2]. marketplace memiliki manfaat bagi para pelaku usaha dalam membuat strategi baru untuk melakukan pemasaran sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien[3] [4]

PT. Sinar Bakery, sebagai usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi dan penjualan roti serta kue, menghadapi tantangan dalam menjangkau konsumen secara lebih efektif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

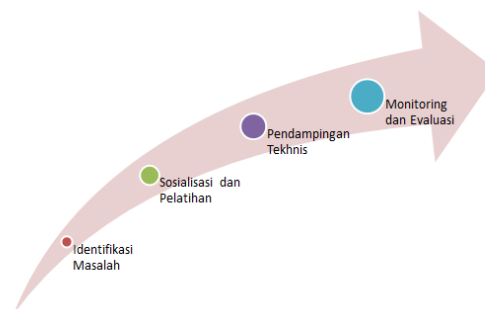
Sebelumnya, PT. Sinar Bakery hanya mengandalkan penjualan konvensional melalui toko fisik dan pemesanan langsung. Hal ini membatasi jangkauan pasar dan menimbulkan kendala efisiensi dalam proses distribusi dan promosi. Karena hal itu maka dirasa perlu diadakannya pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan marketplace, Marketplace merupakan media online dan dapat menjadi perantara berbagai jenis transaksi antara penjual dan pembeli [5] Marketplace dapat meningkatkan angka penjualan[6]. Di Indonesia Keberadaan marketplace sangat membantu untuk memajukan perekonomian dan strategi penggunaannya yang bertujuan untuk mengimplementasikan penggunaan marketplace sebagai media penjualan guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas distribusi produk PT. Sinar Bakery.

dan strategi penggunaannya yang bertujuan untuk mengimplementasikan penggunaan marketplace sebagai media penjualan guna meningkatkan

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mitra (PT. Sinar Bakery) dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan

kegiatan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan seperti gambar 1.



Gambar 1. Metode Pengabdian Masyarakat

a. Identifikasi Masalah

Cara yang dilakukan untuk mengidentifikasi masalah adalah dengan melakukan observasi dan wawancara, teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung[7]. Sedangkan wawancara adalah cara bertanya langsung kepada sejumlah pihak agar keakuratan data lebih didapat[8] observasi dan wawancara dilakukan dengan pemilik usaha untuk memahami hambatan dalam sistem penjualan saat ini.

b. Sosialisasi dan Pelatihan

Memberikan Sosialisasi yang membantu masyarakat untuk belajar dan menyesuaikan diri terkait bagaimana beradaptasi dan berpikir, [9] tentang penggunaan marketplace (Shopee dan Tokopedia) dan juga pelatihan cara membuat akun, mengunggah produk, strategi penentuan harga, dan promosi digital. Sehingga peserta dapat belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu [10]

c. Pendampingan Teknis

Dilakukan pendampingan selama satu bulan terhadap penggunaan marketplace secara intensif, serta evaluasi terhadap hasil penjualan, yang bertujuan memberikan pengetahuan mengenai bagaimana menentukan media digital yang sesuai dengan produk UMKM[11] dan tentunya lebih mudah dan murah dengan menggunakan marketplace yang sudah ada atau menggunakan media sosial untuk mengoptimalkan produk. [12]

d. Monitoring dan Evaluasi

Menurut Amalia[13], menyatakan bahwa monitoring merupakan siklus dari aktivitas yang mencakup

pengumpulan, peninjauan ulang, pelaporan, serta aksi tindakan atas informasi suatu proses yang sedang diimplementasikan, sedangkan evaluasi menurut saya adalah proses mengetahui hasil belajar dan untuk mengetahui tingkat pemahaman terhadap materi yang telah diajarkan[14] [15] Mengukur perubahan efisiensi penjualan melalui indikator seperti peningkatan jumlah pesanan, pengurangan biaya operasional, serta perluasan jangkauan pasar.

3. Hasil dan Pembahasan

Acara Pelatihan ini dilaksanakan di Pabrik Roti Jl. Kartini, Kelurahan B. Srikaton, Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 7 September 2024 dengan susunan jadwal pada tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan/ Acara
08.30 - 09.00	Pembukaan dan Sambutan
9.00 – 11.00	Materi dasar marketplace
11.00 – 12.00	Diskusi dan Tanya jawab
12.00 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 15.30	Praktek Pembuatan Marketplace

Sebelum kegiatan pelatihan ini dimulai telah diberikan soal pretest kepada peserta pelatihan untuk mengetahui dasar ilmu atau pengetahuan dan cakupan dari produk pt sinar berkah ini, dan tabel 2 adalah hasilnya.

Tabel 2. Pretest

Soal	Jawaban
Banyaknya Penjualan	± 300 dus/ bulan
Biaya Operasional	± 1juta / bulan
Jangkauan Pasar	3 kabupaten/ kota

Pada hari dilaksanakannya pelatihan, para peserta pelatihat sangat bersemangat mengikuti acara ini, terbukti dengan antusiasnya para peserta dan banyaknya pertanyaan dari para peserta



Gambar 2. Pemberian Materi

Setelah itu dilakukan pendampingan selama satu bulan secara intensif serta evaluasi terhadap hasil penjualan, kemudian para peserta diberikan soal posttest, hasilnya seperti pada tabel 3.

Tabel 3. Postest

Soal	Konvensional	Marketplace
Banyaknya Penjualan	± 300 dus/ bulan	± 420 dus/ bulan
Biaya Operasional	± 1 juta / bulan	± 800 ribu / bulan
Jangkauan Pasar	3 kabupaten/ kota	5 kabupaten/ kota

Dari tabel 2 dan tabel 3 dapat dilihat peningkatan banyaknya penjualan sebanyak 40%, penurunan biaya operasional sebanyak Rp 200.00/ bulan atau 20% dan peningkatan jangkauan pasar sebanyak 2 kabupaten/kota. Sehingga dapat dikatakan pelatihan dan pendampingan secara intensif ini berhasil.



Gambar 3. Foto Bersama

4. Kesimpulan

Penerapan marketplace sebagai media penjualan pada PT. Sinar Bakery terbukti mampu meningkatkan efisiensi penjualan baik dari sisi operasional maupun jangkauan pasar. Pelatihan dan pendampingan intensif berperan penting dalam proses adaptasi teknologi oleh pelaku usaha. Ke depan, keberlanjutan penggunaan platform digital harus dibarengi dengan peningkatan kualitas produk, pelayanan pelanggan,

Daftar Rujukan

- [1] I. K. Juliany, M. Salamuddin, and Y. K. Dewi, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-MARKETPLACE BANK SAMPAH BERBASIS WEB," 2018.
- [2] A. Fauziah, D. W. P. S. Nugroho, and E. S. Wardana, "KEPUASAN PELANGGAN BELANJA ONLINE (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode)," *SLSI*, vol. 19, no. 2, pp. 218–229, Jun. 2021, doi: 10.26623/slsi.v19i2.3156.
- [3] T. Suryanto, "Penerapan E-Marketplace pada Distro Silver Squad," in *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*, 2018, pp. 159–164.
- [4] S. Hamidani, R. Yanto, V. Amalia, and E. Etriyanti, "Pelatihan Penerapan Media Pembelajaran Daring dalam Upaya Peningkatan Kompetensi Guru Sekolah Dasar Islam

- Terpadu AI-Ikhlas,” *Jur. Abd. Masy. Ind. (JAMSI)*, vol. 2, no. 1, pp. 119–124, Jan. 2022, doi: 10.54082/jamsi.171.
- [5] A. Alfianini, D. Apriadi, and S. Hamidani, “Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace bagi UMKM Desa Srikaton Provinsi Sumatera Selatan,” *Jur. Abd. Masy. Ind. (JAMSI)*, vol. 2, no. 4, pp. 1203–1208, Jun. 2022, doi: 10.54082/jamsi.399.
- [6] A. Supriyatno, Q. Ranggala, H. Riskiya, D. Pratiwi, and S. Chairunnisa, “Optimalisasi dan Bimbingan UMKM Dompot Kulit Melalui Digitalisasi Pemasaran Berbasis Marketplace untuk Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Penjualan,” *ABDI DHARMA*, vol. 5, no. 1, pp. 31–42, 2025.
- [7] S. Hamidani and H. Juliansa, “Sistem Informasi Tabungan Pada SMA AI-Ikhlas Iubuklinggau Berbasis Web Menggunakan PHP MYSQL,” *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, vol. 10, no. 2, pp. 198–205, 2024.
- [8] Ahmadi, Hengki Juliansa, “Analisa Penilaian Menggunakan MOORA dalam Menentukan Dosen Pengampu Mata Kuliah,” *jb*, vol. 5, no. 1, pp. 29–34, Apr. 2023, doi: 10.52303/jb.v5i1.92.
- [9] F. Ilmiyah, S. N. A. W, I. A. Q. N, and A. Zunaidi, “Sosialisasi Penanggulangan Tingginya Angka Pernikahan Dini di Desa Tambakrejo-Wonotirto-Blitar,” *komatika*, vol. 2, no. 2, pp. 29–33, Dec. 2022, doi: 10.34148/komatika.v2i2.508.
- [10] A. Tamsuri, “LITERATUR REVIEW PENGGUNAAN METODE KIRKPATRICK UNTUK EVALUASI PELATIHAN DI INDONESIA,” *JIP*, vol. 2, no. 8, pp. 2723–2734, 2022.
- [11] D. Kusumayanti and S. Wibisono, “Pendampingan Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor,” *JADKES*, vol. 1, no. 2, pp. 171–180, Dec. 2020, doi: 10.37641/jadkes.v1i2.521.
- [12] M. Sholeh, J. Triyono, and Rr. Y. Rachmawati, “PENDAMPINGAN KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT DENGAN MEMANFAATKAN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN,” *j. peneliti. dan pengabd. kpd. masy. unsiq*, vol. 7, no. 2, pp. 158–164, May 2020, doi: 10.32699/ppkm.v7i2.965.
- [13] V. Amalia, S. Hamidani, I. Dwi Utami, and M. Putri Male, “Perancangan Sistem Monitoring Penilaian Kinerja Guru Pada Sma Negeri 3 Kota Lubuklinggau Berbasis Website,” *jb*, vol. 6, no. 2, pp. 54–62, Oct. 2024, doi: 10.52303/jb.v6i2.148.
- [14] Moch. Rizal Fuadiy, “EVALUASI PEMBELAJARAN SEBUAH STUDI LITERATUR,” *Europ. j. multidiscip. stud.*, vol. 4, no. 3, p. 88, Jan. 2017, doi: 10.26417/ejms.v4i3.p88-95.
- [15] E. Sugiarti, M. Mukrodi, and S. Mawardi, “MONITORING KINEJA DOSEN :Manfaat Dan Dampaknya Terhadap Perguruan Tinggi,” *SJR*, vol. 4, no. 4, pp. 816–822, Oct. 2021, doi: 10.37481/sjr.v4i4.386.