



Jualan Lewat *Marketplace* untuk Membangun Pasar Lokal Selama Pandemi Covid-19 di Kampung Nitikan Kota Yogyakarta

Iwan Setiawan^{1*}, Wuri Rahmawati²

¹Prodi Ilmu Keperawatan, UNISA Yogyakarta

²Prodi Komunikasi, UNISA Yogyakarta

Email: iwan@unisayogya.ac.id

Abstrak

Keywords:
marketplace;
promosi;
pengemasan produk;
UMKM; kampung
nitikan

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan kondisi ekonomi masyarakat terpuruk. Saat ini baru sekitar 40% kegiatan perekonomian bergeliat. Banyak usaha yang mengalami penurunan omset, termasuk toko/warung kelontong dan UMKM. Di masa pandemi ini masyarakat tidak berpikir tentang kebutuhan rekreasi dan membeli baju. Banyak pelaku UMKM yang merasakan pendapatannya menurun akibat ketidakpastian pasar dan tidak adanya pelanggan yang membeli produknya. Untuk mengatasi masalah ini, Universitas Aisyiyah (UNISA) Yogyakarta melaksanakan Pelatihan Jualan lewat Marketplace. Pelatihan tersebut merupakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Dosen UNISA Yogyakarta yang bermitra dengan Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Nitikan. Peserta pelatihan adalah pelaku usaha mikro di wilayah PRM Nitikan dengan produk seperti bahan minuman rosella, baju batik, madu, kurma, tempe coklat, kue dan sebagainya. Pelatihan ini memberi manfaat bagi peserta untuk mengembangkan metode penjualannya, dari sebelumnya offline, menjadi offline dan online. Dengan penjualan secara online menjadikan proses promosi menjadi lebih luas lagi. Luaran pelatihan ini peserta memiliki kemampuan untuk berjualan lewat online dan bagaimana mengemas produk sehingga menjadi lebih menarik.

1. PENDAHULUAN

Mewabahnya pandemi Covid-19 memukul hampir seluruh sektor. Namun, pelaku usaha rumahan (UMKM) yang menjadi pihak yang dinilai terpuak paling telak. Banyak pelaku usaha rumahan yang merasakan pendapatannya menurun akibat tidak adanya pelanggan yang membeli produk semenjak Covid-19 datang. Ketidakpastian pasar membuat permintaan akan barang yang di jual oleh para pelaku usaha rumahan menjadi berpengaruh. Apalagi semenjak ada pandemi membuat kebutuhan para konsumen berubah. Ia berpendapat saat ini banyak masyarakat yang lebih

membutuhkan produk-produk kesehatan seperti hand sanitizer dan masker dibandingkan kebutuhan lainnya. Sehingga diperlupakan usaha untuk menggerakkan kembali produksi para pelaku usaha rumahan (UMKM).

Di Kampung Nitikan UMKM terbesar adalah perajin alumunium, dengan produknya alat kebutuhan rumah tangga, seperti panci, wajan dan turunannya. Selain itu banyak juga pelaku usaha rumahan yang memiliki usaha seperti kebutuhan sehari-hari dengan memuka toko kelontong dan makanan.

Di masa Pandemi Covid-19 ini pendapatan usaha yang menurun drastis adalah masalah utama yang dihadapi UMKM. Dalam mengatasi masalah penurunan pendapatan ini, para pelaku usaha mulai membuka pasar baru dengan promosi lewat jualan online [1]. Tentu ada kemajuan dalam penjualan, tetapi belum maksimal. Dalam amatan saya, ada ceruk pembeli yang belum digarap, yaitu pasar lokal di Kelurahan Sorosutan dan sekitarnya. sehingga melaksanakan pelatihan dan pendampingan untuk berjualan di Marketplace dengan menasar konsumen lokal perlu dilakukan.

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada UMKM di Kampung Nitikan, Sorosutan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Kegiatan yang dilakukan dengan melaksanakan Pelatihan Jualan di Pasar Online yang menghadirkan narasumber yang kompeten. Narasumber yang pertama berbicara secara teori berkaitan dengan pentingnya mengembangkan pasar online dan narasumber yang kedua membagi pengalaman dalam membantun branding produk. Mulai dari foto produk hingga pemasaran di online. Pelatihan ini dilaksanakan pada ahad 2 Mei 2021. Pelatihan ini merupakan awal dalam pendampingan terhadap pengembangan UMKM dalam membangun pasar lokal. Selanjutnya diadakan Focus Group Discussion (FGD) sebagai usaha memahami masalah UMKM di Kampung Nitikan dan Bersama-sama mencari solusi atas masalah yang dihadapi.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada UMKM di Kampung Nitikan, Sorosutan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Kegiatan yang dilakukan dengan melaksanakan Pelatihan Jualan di Pasar Online yang menghadirkan narasumber yang kompeten. Narasumber yang pertama berbicara secara teori berkaitan dengan pentingnya mengembangkan pasar online

dan narasumber yang kedua membagi pengalaman dalam membantun branding produk. Mulai dari foto produk hingga pemasaran di online. Pelatihan ini dilaksanakan pada ahad 2 Mei 2021. Pelatihan ini merupakan awal dalam pendampingan terhadap pengembangan UMKM dalam membangun pasar lokal. Selanjutnya diadakan *Focus Group Discussion (FGD)* sebagai usaha memahami masalah UMKM di Kampung



Nitikan Dan Bersama-Sama Mencari Solusi Atas Masalah Yang Dihadapi.

Gambar 1. Poster Pelatihan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi UMKM. Di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk menjual hasil usahanya. Saat kondisi kritis seperti Covid-19 justru UMKM yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial [2].

3.1. Sub Bab 1 Pelatihan

Pengabdian kepada masyarakat ini fokus kepada pelatihan pemasaran di



pasar online. Dengan tujuan untuk membangun pasar lokal di Kampung Nitikan. Metode pelatihannya adalah gabungan antara pengenalan konsep jualan online dan praktik pemasaran online. Untuk konsep jualan online diberikan oleh ahli yang memiliki kompetensi bidangnya yaitu Dwi Kuswanto ME dari Majelis Pemberdayaan Masyarakat PWM DIY. Untuk praktik pemasaran, berupa pengemasan produk dan Teknik penjualan lewat online diberikan oleh Tim dari Ilmu Komunikasi UNISA Yogyakarta.

Dwi Kuswanto menjelaskan di masa pandemi ini memang perlu adanya perubahan paradigma dalam menjual produknya. Salah satunya adalah sistem online. Semua orang pada masa sekarang sudah memiliki Hand Phone (HP) sehingga menjual produk secara online sangat dimungkinkan [3]. Salah satu pasar online yang perlu digarap adalah dalam lingkup yang kecil, yaitu komunitas. Pasar komunitas ini bisa meliputi komunitas RT, RW, Masjid, penghobi dll yang banyak tumbuh selama pandemi. Perlunya juga membangun komunitas penjual dan pembeli online. Dwi Kuswanto menggagas adanya PASAR WARGA NITIKAN yang dapat dibuat di facebook. Kenapa Facebook? Karena dengan Facebook produsen dan konsumen jumlahnya bisa lebih banyak. Dibandingkan dengan Whatsupp (WA).

Materi pemasaran produk berupa pengemasan produk dan Teknik penjualan lewat online diberikan oleh tim ilmu Komunikasi UNISA Yogyakarta. Materi yang diberikan antara lain foto produk dan memasarkan produknya lewat online, terutama facebook. Pelatihan pemasaran ini langsung mengajak kepada peserta untuk praktik foto produk. Sebelumnya semua peserta diminta untuk membawa produk yang akan di jual. Dalam sesi ini produk yang akan dijual difoto dengan Teknik yang diajarkan oleh tim ilmu komunikasi. Hasilnya memang mencengangkan, produk yang difoto dengan Teknik

tertentu ternyata menjadi lebih menarik. Setelah foto produk, tim juga mengajarkan pemasaran produk yang telah difoto untuk diunggah di marketplace, seperti di facebook dan Instagram yang menjadi bagian dari alat pemasaran kontemporer [4].

3.2. Sub Fokus Grup Discussion

Pelatihan dilanjut dengan Fokus Group Discussion (FGD) tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Salah satunya adalah bagaimana bentuk pemasaran di pasar lokal, yaitu dikampung Nitikan. Sebenarnya banyak UMKM yang berasal dari Nitikan ini, warga Nitikan belum kenal dengan UMKM tersebut, atau barang yang diperdagangkan. Sehingga memaksimalkan untuk menggarap pasar lokal ini menjadi pembahasan yang menarik. Lalu bagaimana membangun pasar lokal di kampung Nitikan. Tentu bukan dengan membuat pasar atau warung, tetapi dengan membangun pasar online yang diniatkan menjaring pembeli warga Nitikan. Walaupun tidak menutup kemungkinan juga menjaring pembeli dari warga diluar kampung Nitikan.

Akhirnya disepakati dengan membuat Grup di Facebook bernama PASAR WARGA NITIKAN yang berfungsi sebagai laman promosi produk UMKM warga Nitikan. Isi dari grup ini bukan pedagang semua, tetapi juga pembeli. Adanya grup ini dapat membantu di dalam memasarkan produknya di Nitikan. Dalam perjalanannya Grup ini mampu menjadi lahan promosi yang efektif bagi UMKM di Nitikan. Minimal untuk memperkenalkan produknya kepada warga Nitikan dan sekitarnya. Sampai saat ini Grup PASAR WARGA NITIKAN diikuti oleh 632 anggota dan setiap hari ada yang upload produknya. Di awal pembentukan Grup ini banyak yang upload produk, akhir-akhir ini yang upload memang tidak segenar saat awal didirikan, tetapi masih dinamis dalam proses jual-beli online bagi warga Nitikan dan sekitarnya.

3.3. Grup Pasar Warga Nitikan



Gambar 2. Grup Facebook Pasar Warga Nitikan

Pendampingan yang dilakukan dalam program ini dengan bentuk *follow up* dari kegiatan pelatihan jualan online. *Follow up* nya berupa pencermatan terhadap Grup PASAR WARGA NITIKAN yang efektif menjadi wahana melihat kemajuan peserta pelatihan dalam menerapkan pengemasan produknya yang baik. Tentu dalam praktiknya ada yang benar-benar menggunakan pengemasan produknya dengan baik, sehingga produknya “naik kelas”. Ada juga peserta yang kesulitan dalam memaksimalkan teknologi yang ada di HP nya. Hal ini berkaitan dengan usia yang sering gagap teknologi “gaptek” sehingga kesulitan dalam menggunakan teknologi dalam mengemas produknya, semisal saat foto produk, atau desain produk.

Secara umum ada kemajuan dari peserta pelatihan dengan dibuktikan dengan bertambah dikenalnya produknya dan juga kenaikan omset dari penjualannya. Lewat Grup PASAR WARGA NITIKAN inilah peserta pelatihan membuktikan hasil dari pelatihan yang diikutinya. Dari *follow up* berupa adanya Grup PASAR WARGA

NITIKAN ini mampu menjadi wahana untuk mengenalkan dan promosi yang efektif dalam mengembangkan kewirausahaan bagi anak muda. Adanya Grup PASAR WARGA NITIKAN menumbuhkan anak-anak muda yang memiliki semangat untuk wirausaha.

4. KESIMPULAN

Masa pandemic Covid-19 membutuhkan lebih banyak ijhtihad dalam urusan ekonomi. Adanya jaringan online perlu dimanfaatkan secara maksimal. Setelah Pelatihan Jualan di Pasar Online, dibuat Grup PASAR WARGA NITIKAN yang menjadi wahana bertemunya penjual dan pembeli, memberi dampak yang positif bagi UMKM. Sehingga usaha mengembangkan UMKM harus terus digalakkan, salah satunya dengan mengembangkan *capacity building* dan mempromosikan usahanya dengan semaksimal mungkin. Berkaitan dengan pengembangan UMKM diperlukan pendampingan bagi para pengusaha, sehingga pengusaha tetap terjaga semangatnya untuk mengembangkan usaha.

REFERENSI

- [1] I. wayan Widnyana, S. R. Widyawati, and G. O. Warmana, “Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif Pada Mahasiswa Unmas Denpasar,” *J. Bakti Masy. Indones.*, vol. 1, no. 1, pp. 171–177, 2018.
- [2] A Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- [3] L. Lutfiyah and A. Saryoko, “E-Marketplace Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Catering Untuk Wilayah Jakarta,” *Paradig. - J. Komput. dan Inform.*, vol. 23, no. 1, pp. 9–16, 2021, doi: 10.31294/p.v23i1.9121.
- [4] A. P. S. Dkk, *Kewirausahaan Online*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.