

## STRATEGI PEMBUATAN AKUN MARKET PLACE UNTUK UMKM PADA ORGANISASI ORKI TANGERANG SELATAN

Mada Faisal Akbar<sup>1</sup>, Purwanti<sup>2</sup>, Arif Hidayat<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1,  
Pamulang, Indonesia, 15415  
e-mail : dosen02471@unpam.ac.id

### Abstract

*The Internet as part of a Marketing Communication program can be a useful tool in terms of branding. It is unfortunate that many companies have not yet discovered how to become a successful brand through the internet. The virus of social networking makes internet users attractive and marketers intend to spread information by word of mouth. Marketplace is an online intermediary for sellers and buyers. Sellers can sell their merchandise in a marketplace along with other sellers who may sell similar or different items. Then, buyers can also search for the items they want through the marketplace. In essence, a marketplace is a place to sell online that combines several sellers and product brands.*

**Keywords:** Market Place Strategy

### Abstrak

Internet sebagai bagian dari program Komunikasi Pemasaran dapat menjadi alat yang berguna dalam hal branding. Sangat disayangkan banyak perusahaan belum menemukan bagaimana menjadi brand yang sukses melalui internet. Virus dari social networking membuat pengguna internet atraktif dan pemasar berniat untuk menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Marketplace adalah perantara online bagi penjual dan pembeli. Penjual dapat menjajakan barang dagangannya di suatu marketplace bersamaan dengan penjual lain yang mungkin menjual barang serupa atau berbeda. Kemudian, pembeli juga dapat mencari barang yang diinginkannya melalui marketplace tersebut. Intinya, marketplace adalah tempat untuk berjualan online yang menggabungkan beberapa penjual dan merek produk.

**Kata Kunci:** Strategi Market Place

### 1. PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, tetapi definisinya ternyata lebih luas dari itu. Dari sudut pandang pelaku usaha, UMKM bisa dideskripsikan sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Akan tetapi, beberapa ahli ekonomi menggunakan istilah berbeda untuk mendefinisikannya.

Prof. Ina Primiana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran mendeskripsikan UMKM sebagai aktivitas usaha skala kecil yang mendukung pergerakan pembangunan serta perekonomian Indonesia. Sementara itu, M. Kwartono Adi menggunakan definisi lebih spesifik, yaitu badan usaha dengan profit kurang dari 200 juta Rupiah, dihitung dari laba tahunan. ada dasarnya, UMKM adalah sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro. Jadi, bisa disimpulkan bahwa UMKM ini sebagai sebuah

bisnis yang dikelola oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

Menurut penulis dari kutipan peran UMKM bagi perekonomian Perkembangan teknologi dan tren wirausaha membuat peran pelaku UMKM semakin penting. UMKM adalah salah satu penggerak ekonomi bangsa, sehingga keberadaan mereka sangat penting. Upaya untuk meningkatkan kesejahteraan yaitu dengan cara strategi pembuatan akun market place adalah salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada Masyarakat diperguruan tinggi dengan memberikan penyuluhan terhadap UMKM organisasi ORKI Tangerang selatan.

Pemasaran online dikenal juga dengan digital marketing. Cara kerja pemasaran ini adalah dengan mempromosikan produk atau barang secara online. Strategi pemasaran ini akan sangat bermanfaat dan penting bagi para pelaku usaha khususnya pengusaha UMKM yang mempunyai budget minim untuk melakukan promosi. Pemasaran online atau digital marketing bisa

diartikan sebagai suatu aktivitas mempromosikan brand atau produk dengan memanfaatkan media digital atau online. Cara yang satu ini dipercaya paling ampuh untuk semua bisnis tak terkecuali bisnis UMKM. Untuk itulah penerapan strategi promosi online ini harus dilakukan karena mampu memberi banyak sekali manfaat penting.

## 2. METODE

### Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah merupakan serangkaian kegiatan dan prosedur dan langkah-langkah dalam kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan tahapan yang terstruktur secara sistematis, sehingga kegiatan dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

Analisis kebutuhan berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat pada program kegiatan ini, pada UMKM organisasi ORKI Tangerang selatan

1. Minimnya tingkat pendidikan masyarakat.
2. Minimnya pengetahuan tentang strategi pembuatan akun market place
3. Minimnya tingkat kepercayaan diri
4. Kurangnya kemampuan masyarakat dalam mengelola UMKM digital
5. Kurangnya kemampuan masyarakat dalam memasarkan usaha UMKM
6. Minimnya relasi dan komunikasi dalam memasarkan UMKM di organisasi ORKI Tangerang selatan.

### Khalayak Sasaran

Peserta kegiatan ini akan diikuti oleh Masyarakat di Desa rancasumur serang banten. Dengan tema yang diambil adalah "Pembuatan akun market place pada UMKM organisasi ORKI Tangerang selatan".

Diharapkan kegiatan PKM ini dapat membantu menumbuhkan semangat dan mental masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat di daerah Kampung tersebut secara luas.

### Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini akan seharusnya dilaksanakan pada hari Sabtu dan senin 12-14 Oktober 2024 bertempat di Jalan Mushola nurul anwar RT05/01 no.2 Pondok kacang timur pondok aren Tangerang selatan.

### Metode Kegiatan

Metode kegiatan disajikan secara lengkap melalui penjelasan dibawah ini:

#### 1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat di daerah tempat kegiatan. Informasi

tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam pada lokasi tersebut

#### 2. Persiapan Sarana dan Prasarana.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan kebutuhan masyarakat secara umum dan khusus demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa proyektor, spanduk dan lain-lain.

#### 3. Pelaksanaan Kegiatan.

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan adalah berupa pelatihan atau penyuluhan dalam bentuk pertemuan secara langsung dengan Ketua Paguyuban Grand Viona Kuripan Ciseeng.

#### 4. Monitoring dan Evaluasi.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk meninjau perkembangan aktualisasi masyarakat terhadap kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya dengan harapan dapat dilaksanakan sesuai dengan teori yang telah di peroleh melalui kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi juga bertujuan untuk memahami pola pemahaman masyarakat terhadap informasi atau pengetahuan baru yang diperoleh dari pelaksana kegiatan. Hasil ini diharapkan mampu menjadi dasar pengembangan Paguyuban Grand Viona Kuripan Ciseeng.

### Metode Pelaksanaan

Mengingat pentingnya menumbuhkan mental berwirausaha, maka prosedur pelaksanaan dan kegiatan penyuluhan yang sudah direncanakan dapat disajikan secara lengkap melalui penjelasan dibawah ini:

#### 1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat di daerah tempat kegiatan. Informasi tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam pada lokasi tersebut

#### 2. Persiapan Sarana dan Prasarana.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan kebutuhan masyarakat secara umum dan khusus demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa proyektor, spanduk dan lain-lain.

#### 3. Pelaksanaan Kegiatan.

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan

dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa.

### 3. HASIL

Peserta yang hadir sebanyak 32 orang yang terdiri dari Pengurus, anggota ORKI, para dosen dan mahasiswa Universitas Pamulang. Hasil kegiatan PkM di UMKM ORKI Tangsel seluruh peserta terlihat antusias mengikuti penyuluhan walau keterbatasan sarana prasana. memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan kegiatan berpromosi dalam pengembangan produk UMKM agar lebih dikenal masyarakat luas sehingga dapat menumpuhkan pertumbuhan baik disektor industry UMKM pada organisasi ORKI Tangsel.

### 4. PEMBAHASAN

Penyuluhan tentang bagaimana membuat akun market place yang langsung dibuatkan oleh para dosen dan pelaku usaha agar terlihat lebih menarik sehingga meningkatkan penjualan produk mereka. Saat acara berlangsung kami buka season diskusi atau tanya jawab mengenai pembahasan yang sudah kami sampaikan untuk mengetahui seberapa paham dan seberapa besar antusias mereka dengan solusi yang sudah kami sampaikan berkaitan dengan permasalahan yang mereka hadapi dengan membangun mental wirausaha demi meningkatkan taraf hidup mereka sendiri dan masyarakat sekitarnya.

Penutupan dan berpamitan serta ucapan terimakasih kepada masyarakat dengan memberikan cinderamata kepada Ketua ORKI Tangerang selatan.

### 5. KESIMPULAN

Anggota UMKM ORKI Tangsel yang memulai usaha dan sudah memulai usaha di dalam menjalankan usaha harus mempersiapkan serta merencanakan usahanya agar dapat dikelola dengan baik demi kelangsungan ekonomi dan meningkatkan pendapatan ekonomi keluarganya dan bagi seluruh UMKM tersebut dan menggali potensi sumber daya manusia yang dimilikinya dengan jenjang Pendidikan dan pemanfaatan teknologi untuk memasarkan hasil dari usaha yang dikembangkan ditempat tersebut.

Hasil kegiatan PkM di UMKM ORKI Tangsel seluruh peserta terlihat antusias mengikuti penyuluhan walau keterbatasan sarana prasana. memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan kegiatan berpromosi dalam pengembangan produk UMKM agar lebih dikenal masyarakat luas sehingga dapat menumpuhkan

pertumbuhan baik disektor industry UMKM pada organisasi ORKI Tangsel.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Pranoto selaku ketua yayasan Sasmita Jaya.
2. Bapak Drs. E. Nurzaman, AM., M.M., M.Si. selaku Rektor Universitas Pamulang.
3. Bapak H. Endang Ruhayat, S.E., M.M., CSRA., CMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Dr. Ali Maddinsyah, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pamulang.
5. Ketua LPPM Universitas Pamulang Bapak Dr. Susanto, S.E., M.M., M.H. yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.
6. Ketua ORKI yang telah memberikan izin tempat serta kemudahan dalam pelaksanaan pengabdian.

### DOKUMENTASI KEGIATAN





#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amri, Ulil. 2010. Motivasi Mahasiswa Aktif Didalam Organisasi Ekstrakurikuler. Tidak Terbit
- [2] Armstrong, Michael. (2003), How to be An Even Better Manager, Edt :Lyndon Saputra, Penerbit Binarupa Aksara, Batam.
- [3] Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkrek melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 2(2), 95-99.
- [4] Buchari, Alma, 2009., Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta
- [5] Daryanto. (2012). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- [6] Andi, D., Wiguna, M., Abid, M., Safiih, A. R., & Imbron, I. (2020). Strategi Pengembangan Sdm Sebagai Persiapan Membangun Destinasi Wisata Curug Angkrek, Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya. Dedikasi Pkm, 2(1), 33-37.
- [7] Fahmi, Irham. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- [8] Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi. Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara
- [9] Hisrich, R & Peter M. 2000. Entrepreneurship. Edisi Keempat. Singapore Mc Gran-Hill. Inc
- [10] Kasmad, K., Ahidin, U. A., & Wijayanti, K. D. (2018). Pengaruh Strategi Periklanan Terhadap Keputusan Mahasiswa (Studi Kasus Pada STIKes Pertamina Bina Medika Jakarta). Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(2).
- [11] Lambing, P. A & Kuehl C. R. 2000. Entrepreneurship. Edisi Kedua. Edition New Jersey. Prentice Hall
- [12] Nofiana, L., Amelia, R. W., Yunanti, S., Nelsi, M., & Akbar, M. F. (2021). Penyuluhan Media Sosial Dalam Rangka Meningkatkan Efektifitas Dan Efisiensi Pembangunan Rumah Tahfidz Al-Hikam Pada Masa Pandemi Covid-19. Dedikasi Pkm, 2(2), 140-145.
- [13] Nuryani, A., Persada, D., Nuryani, Y., Yusuf, A., & Luthfi, A. M. (2020). Pengenalan Laporan Keuangan Nirlaba Pada Komunitas Arimbin IX. Dedikasi Pkm, 2(1), 107-112.
- [14] Putri, R. A., Hardiyanti, N., & Wijayanti, K. (2019). Upaya Merintis Desa Wisata Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Masyarakat Di Desa Carangrejo Kecamatan Sampung Kabupaten Ponorogo. Jurnal Abdi: Media Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 59-64.
- [15] Rachbini, D.J. (2001), Pengembangan Ekonomi & Sumber Daya Manusia, Penerbit Grasindo, Jakarta.
- [16] Riyanti, Benedicta, Prihatin, Dwi. 2003. Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian. Grasindo. Jakarta
- [17] Riyanti, B Dwi. (2002), Kecenderungan Inovasi, Proceeding Temu Ilmiah APIO, Psikologi Unair.
- [18] Rusdiana, H.A. 2014. Kewirausahaan Teori dan Praktik, Cetakan ke 1. Bandung: Pustaka Setia
- [19] Saiman, Leonardus. (2014). Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus. Jakarta: Salemba Empat.
- [20] Siregar, Eveline, & Nara, Hartini. 2014. Teori Belajar dan Pembelajaran, Cetakan ke 2. Bogor: Ghalia Indonesia

- [21] Slamet, F. dkk. (2014). Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik. Jakarta: PT Indeks
- [22] Suryana. 2009. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- [23] Uno B, Hamzah. 2008. Teori Motivasi dan Pengukurannya, Jakarta : Bumi. Aksara
- [24] Wibowo Agus. (2011). Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [25] Wikanso. 2013. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi. Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi Media Prestasi, Vol. XI, No. 1.
- [26] Winarto V (2003), Entrepreneurship : Semangat untuk memberikan solusi bagi masyarakat, Artikel <http://www.e-psikologi.com/pengembangan/rls.htm>, 30-01-2003.
- [27] Wijoyo, H. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. Insan Cendekia Mandiri.