

Upaya Peningkatan Penjualan UMKM Jambal Roti Teh Ai Melalui Pemasaran Online Menggunakan Marketplace

Nurul Mardhiah Sitio^{1*}, Fadilah Al Aisyah², Septiara Nur Anjani³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

*nurul.m.sitio@unpad.ac.id

Diterima : 19 Oktober 2023

Direvisi : 25 November 2023

Dipublikasikan : 31 Desember 2023

Abstrak

Jambal Roti merupakan makanan khas dari Pangandaran yang berbahan dasar ikan. Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memproduksi dan menjual makanan ini adalah Jambal Roti Teh Ai. Penelitian ini menganalisis upaya peningkatan penjualan UMKM Jambal Roti Teh Ai melalui pemasaran online menggunakan *marketplace*. UMKM ini menghadapi kendala dalam meningkatkan penjualan dan ketidaktahuan dalam mengaplikasikan *marketplace*. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran online melalui *marketplace* berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan. UMKM dapat memperluas pasar, menjangkau pelanggan baru, dan meningkatkan eksposur produk. Pemasaran online juga memudahkan pengelolaan pesanan, dan pembayaran. Kesimpulannya, pemasaran online melalui marketplace efektif dalam meningkatkan penjualan UMKM Jambal Roti Teh Ai.

Kata kunci : UMKM, *Marketplace*, Pemasaran, Sistem Informasi

Abstract

Jambal Roti is a typical food from Pangandaran that is made from fish. One of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that produces and sells this food is Jambal Roti Teh Ai. This research analyzes the efforts to increase the sales of Jambal Roti Teh Ai MSME through online marketing using marketplaces. The MSME faces challenges in increasing sales and a lack of knowledge in implementing marketplaces. The method used is descriptive research with a qualitative approach. Data were obtained through interviews and observations. The results show that online marketing through marketplaces contributes positively to increased sales. The MSME can expand its market, reach new customers, and enhance product exposure. Online marketing also facilitates order management and payment. In conclusion, online marketing through marketplaces is effective in increasing sales for Jambal Roti Teh Ai MSME

Keywords: MSMEs, *Marketplace*, Marketing, Information Systems

PENDAHULUAN

Di Pangandaran, ikan menjadi salah satu komoditas yang dihasilkan dalam jumlah yang melimpah. Komoditas perikanan ini tersebar di berbagai daerah di Pangandaran. Karena keberadaannya yang cukup banyak dan mudah didapatkan, ikan di Pangandaran menjadi salah satu potensi utama untuk diolah menjadi salah satu produk khas dari Pangandaran. Jenis ikan yang dihasilkan seperti ikan layur, ikan kembung, ikan teri, ikan tenggiri, ikan jangkilus, ikan cakalang, ikan tuna, ikan lele, ikan pari, ikan tongkol, dan ikan Manyung. Salah satu jenis ikan yang dijadikan oleh-oleh khas Pangandaran yaitu ikan asin dimana Pangandaran menjadi salah satu tempat wisata yang terkenal dengan oleh-oleh jambal rotinya. Istilah "jambal roti" merujuk pada sifat khas daging ikan yang lembut dan rapuh setelah digoreng yang menyerupai roti panggang. Kelezatan yang khas dan aromatik

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 01 No 04 Oktober 2023 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p> |  |
|---|--|---|

dari ikan asin jambal roti saat dimasak sangat memikat dan membuat ketagihan. Umumnya, ikan asin jambal roti dibuat menggunakan ikan manyung (biasa disebut ikan kadukang oleh masyarakat setempat) sebagai bahan baku yang ditangkap oleh nelayan.

Salah satu contoh UMKM yang bergerak pada produk ikan asin adalah Jambal Roti Teh Ai. Jambal Roti Teh Ai adalah sebuah UMKM yang menghasilkan berbagai macam varian jambal roti yang lezat dan unik. Didirikan pada Januari 2010 dan merupakan usaha turun temurun dari keluarganya. Salah satu pencapaian yang telah diraih oleh UMKM Jambal Roti Teh Ai yaitu telah dijalinnya kerjasama dengan mitra UMKM yaitu Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM, dimana kerjasama ini memberikan dampak positif terhadap UMKM Jambal Roti Teh Ai karena adanya pemberian prasarana dari dinas tersebut yaitu *freezer* untuk membantu proses pengolahan produk UMKM ini. Seperti UMKM lainnya, Jambal Roti Teh Ai menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan dan mencapai konsumen potensial diluar wilayah Pangandaran. Untuk mengatasi tantangan tersebut, Jambal Roti Teh Ai telah merencanakan upaya peningkatan penjualan melalui pemasaran online menggunakan *marketplace*. *Marketplace* adalah *platform* digital yang menyediakan berbagai produk dari berbagai penjual, dan menjadi tempat bertemunya penjual dengan konsumen potensial. Dengan memanfaatkan *marketplace*, Jambal Roti Teh Ai berharap dapat menjangkau lebih banyak konsumen, baik di wilayah lokal maupun di luar wilayah Pangandaran bahkan di luar negeri.

Pemasaran online melalui *marketplace* menawarkan sejumlah keuntungan bagi UMKM salah satunya Jambal Roti Teh Ai. *Marketplace* biasanya memiliki basis pengguna yang besar, sehingga membuka peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pemasaran online juga memungkinkan UMKM untuk menggunakan berbagai fitur dan layanan yang disediakan oleh *marketplace*. Fitur-fitur tersebut meliputi tampilan produk yang menarik, sistem pembayaran yang aman, dan ulasan serta rating dari konsumen sebelumnya. Hal ini dapat membantu Jambal Roti Teh Ai untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan citra merek mereka di mata konsumen. Kegiatan pengabdian ini akan menggali tentang upaya peningkatan penjualan UMKM Jambal Roti Teh Ai melalui pemasaran online menggunakan *marketplace*. Penelitian ini akan mengeksplorasi strategi yang efektif dalam memanfaatkan *marketplace*, serta mengevaluasi dampak dari pemasaran online terhadap peningkatan penjualan Jambal Roti Teh Ai.

Harapannya, pengabdian ini dapat memberikan pemahaman dan saran kepada UMKM lain yang berkeinginan untuk memanfaatkan pemasaran online melalui platform *marketplace* guna meningkatkan penjualan mereka. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM Jambal Roti Teh Ai dalam mengembangkan strategi pemasaran online yang efektif serta mengoptimalkan potensi yang tersedia.

METODE

Dalam studi ini memilih menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana peneliti dan informan terlibat secara langsung, dengan demikian maka memudahkan pemahaman fenomena kejadian yang berlangsung di area atau tempat tertentu. Kegiatan tersebut dilakukan di area Pasar Wisata Pangandaran dengan menggunakan satu informan sebagai narasumber untuk mengumpulkan informasi yang dikumpulkan melalui pengamatan dan interaksi tatap muka. Dalam studi tersebut, diskusi dijalankandengan suatu tindakan serta memanfaatkan pendekatan/metode survei yang melibatkan wawancara dengan narasumber. Narasumber dipilih berdasarkan UMKM yang belum menguasai sistem informasi (SI).

HASIL

Jambal Roti Teh Ai merupakan usaha UMKM yang dimiliki oleh ibu Ai Nining Suryani yang berdiri pada Januari 2010 dan merupakan usaha turun temurun. UMKM ini bertempat di Pasar Wisata Pangandaran. Usaha Jambal Roti ini dinaungi oleh Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Pangandaran. Pendapatan yang didapat Bu Ai ±Rp 20.000.000/bulan tergantung tingkat keramaian. UMKM "Jambal Roti Teh Ai" memperoleh produk dengan cara mengolah sendiri, proses pengolahan ikan asin ini dimulai dari proses mendapatkan bahan baku berupa ikan segar yang diperoleh dari nelayan, setelah itu ikan dicuci, dibersihkan dan dipotong, kemudian ikan asin masuk ke tahap penggaraman dan akan dijemur dibawah terik matahari, setelah ikan asin kering maka tahap berikutnya adalah proses pengemasan produk sampai akhirnya produk ikan asin siap untuk dijual. Produk yang dihasilkan oleh UMKM "Jambal Roti Teh Ai" terdiri dari berbagai produk olahan berbagai jenis ikan, termasuk ikan jambal roti (tulang & tanpa tulang), ikan pari, ikan hiu, ikan kewer bikis kecil, ikan teri, udang rebon, terasi udang, ikan layur, rumput laut, tulang jambal, ikan petek, ikan gabus, dan ikan peda.

Harga yang ditetapkan dilakukan melalui mulut ke mulut (WOM), UMKM ini sempat ingin melakukan promosi "Jambal Roti Teh Ai" tidak begitu mahal, dikarenakan harga produk tersebut ditetapkan sesuai dengan jenis ikan dan ukurannya, misalnya ikan jambal roti yang terdiri dari beberapa ukuran yaitu ukuran kecil, sedang, dan super atau jumbo untuk harganya bervariasi, serta disesuaikan dengan harga normal di pasar. Harga yang ditetapkan juga terjangkau dan ekonomis.

Tabel 1. Harga Produk

| No. | Jenis Produk | Harga Jual |
|-----|------------------------|------------|
| | | Rp25.000 |
| 1. | Ikan Jambal Roti | Rp35.000 |
| | | Rp40.000 |
| | | Rp50.000 |
| | | Rp50.000 |
| 2. | Ikan Pari | Rp25.000 |
| 3. | Ikan Hiu | Rp45.000 |
| 4. | Ikan Kewer Bikis Kecil | Rp10.000 |
| | | Rp10.000 |
| 5. | Ikan Teri | Rp10.000 |
| 6. | Udang Rebon | Rp15.000 |
| | | Rp15.000 |
| 7. | Terasi Udang | Rp20.000 |
| 8. | Ikan Layur | Rp15.000 |
| 9. | Rumput Laut | Rp15.000 |
| 10. | Tulang Jambal | Rp10.000 |
| 11. | Ikan Petek | Rp15.000 |
| 12. | Ikan Gabus | Rp50.000 |
| | | Rp50.000 |
| 13. | Ikan Kewer Kek | Rp10.000 |
| | | Rp10.000 |
| 14. | Ikan Peda | Rp20.000 |

Sumber : Data Pemilik UMKM (Diolah Peneliti)

UMKM "Jambal Roti Teh Ai" memiliki lokasi usaha yang berada di tepi jalan raya, tepatnya di Jalan Bulak Laut, Pasar Wisata Pangandaran. Lokasi ini sangat strategis dan mudah diakses oleh

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 01 No 04 Oktober 2023 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p> |  |
|---|--|---|

pengunjung karena berada di pinggir jalan yang ramai. Lokasi tersebut tidak membutuhkan biaya karena merupakan subsidi yang disediakan oleh pemerintah Pangandaran. Untuk saat ini, promosi yang dilakukan oleh UMKM "Jambal Roti Teh Ai" baru melalui online lewat *marketplace* namun dikarenakan terdapat beberapa hal yang kurang dimengerti, jadi UMKM ini belum menerapkan sistem informasi pemasaran melalui media online *marketplace* tersebut.

PEMBAHASAN

Solusi dan Pengembangan Usaha Melalui Pemasaran Online

Menurut Kotler (2018), pemasaran online adalah suatu sarana yang bisa diakses oleh individu melalui perangkat elektronik dan perangkat jaringan. Sementara berdasarkan Bala (2018), pemasaran online merupakan kegiatan perdagangan melalui internet yang terutama berfokus pada penjualan produk kepada konsumen melalui internet. Pemasaran online merupakan bagian dari teknologi pemasaran digital memiliki manfaat yang signifikan bagi UMKM karena memberikan konsumen kemampuan terbaru dalam menjalani perkembangan digitalisasi. Pemasaran digital memungkinkan pelaksanaan komunikasi dan transaksi menjadi lebih efisien secara real-time setiap saat dan bisa dijangkau di semua belahan dunia. Disamping itu, melalui jaringan internet, seseorang juga memiliki kemampuan untuk mengamati beragam jenis produk atau barang yang ditawarkan. Salah satu tindakan yang dapat diambil pelaku UMKM berupaya untuk meningkatkan efektifitas pemasaran secara digital, khususnya melalui peningkatan upaya pemasaran di *platform* sosial, iklan online, menggunakan video sebagai alat pemasaran. Dengan menerapkan strategi digitalisasi dalam upaya pemasaran, diharapkan para pelaku UMKM dapat memperoleh peningkatan penjualan dan mengoptimalkan interaksi secara daring untuk memperluas usaha UMKM.

Penggunaan pemasaran online atau media sosial memiliki banyak manfaat dan keuntungan yang beragam, seperti mengurangi biaya operasional, mempermudah transaksi, menguntungkan, memfasilitasi penjualan, menghemat ruang, sistem yang seluruhnya berbasis online, dan mempermudah kegiatan promosi. Pangandaran memiliki potensi untuk dikembangkan dalam pemasaran online, terutama untuk produk ikan jambal roti ini sehingga dapat melakukan penjualan melalui *marketplace* seperti Shopee. Namun, karena jumlah pembeli produk jambal roti ini mengalami penurunan, Ibu Ai, sebagai pemilik kios jambal roti, ingin meningkatkan penjualan dengan cara yang lebih luas, tidak hanya melalui penjualan di tempat, tetapi juga melalui e-commerce. Penyebab utama penurunan jumlah pembeli, terutama wisatawan yang melewati pasar wisata, adalah persaingan antara para penjual jambal roti yang banyak. Untuk mengurangi dampak penurunan penjualan jambal roti, ada solusi yang ditawarkan, yaitu memberikan pelatihan pemasaran produk jambal ikan secara online melalui platform Shopee. Langkah ini melibatkan pembuatan foto produk yang menarik, mencari agen pengiriman barang ke luar negeri dan pembuatan barcode Shopee. Tujuan dari barcode tersebut adalah agar pembeli dapat memindai barcode saat mereka berada di tempat dan memesan melalui Shopee ketika mereka tidak berada di Pangandaran.

Peran *Marketplace* dalam Peningkatan Penjualan

Marketplace seperti Shopee merupakan dua platform yang populer di Indonesia dengan aktivitas transaksi yang paling banyak. Pelanggan lebih memilih bertransaksi melalui *marketplace* karena kemudahan dan praktisnya. Melalui platform *marketplace* tersebut, Jambal Roti Teh Ai dapat menjual produknya ke berbagai wilayah di Indonesia. Fakta bahwa masyarakat Indonesia mulai beralih ke pembelian secara online, menunjukkan bahwa usaha pembuatan toko di *marketplace* memiliki potensi besar, yang harus dimanfaatkan oleh pelaku usaha, termasuk UMKM seperti Jambal Roti Teh Ai.

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 01 No 04 Oktober 2023 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p> |  |
|---|--|---|

Penggunaan aplikasi Shopee memainkan peran penting dalam membantu meningkatkan penjualan Jambal Roti Teh Ai. Fitur-fitur lengkap dan mudah disediakan oleh aplikasi ini. Mereka dapat melacak pesanan, mengawasi pengiriman barang, dan melihat performa toko, termasuk kecepatan tanggapan terhadap pelanggan, kecepatan pemrosesan pesanan, keterbukaan dan kejelasan dalam pengiriman barang, serta menangani keluhan pelanggan. Penilaian dari pelanggan yang biasanya penilaian bintang, juga berpengaruh terhadap performa toko. Jika performa toko baik, hal ini dapat menarik minat konsumen baru untuk membeli produk Jambal Roti Teh Ai. Dengan demikian, Jambal Roti Teh Ai juga mengalami manfaat yang signifikan setelah bergabung dalam *marketplace* Shopee. Pemasaran online melalui *marketplace* membantu meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.

KESIMPULAN

Pemasaran melalui *marketplace* Shopee terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan UMKM Jambal Roti Teh Ai. Pemasaran online melalui marketplace telah menjadi strategi untuk meningkatkan penjualan UMKM. Marketplace menyediakan platform untuk menjangkau konsumen potensial yang lebih luas. Dengan memanfaatkan marketplace, UMKM Jambal Roti Teh Ai dapat memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Hal ini karena marketplace umumnya memiliki basis pengguna yang besar, yang secara otomatis meningkatkan eksposur produk UMKM tersebut. Keuntungan lain dari pemasaran online melalui marketplace adalah kemudahan dalam mengelola operasional bisnis. Marketplace sering kali menyediakan fitur seperti sistem pembayaran, dan dukungan pelanggan, yang dapat membantu UMKM dalam mengelola proses penjualan secara efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Amarta, C. D., Wardaya, A., Nugroho, A. V., & Setiawan, P. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital dan Kualitas Produk untuk Mendapatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), Article 6. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.9555>
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114-133.
- Joesidawati, M. I., Suwarsih, S., & Sriwulan, S. (2021). Pemasaran online sebagai solusi penjualan ikan asap pada poklamsar karangsari di masa pandemi. *Prosiding SNasPPM*, 6(1), 1-5.
- Kamsiah, K., & Ponirah, P. (2021). Kajian Kelayakan Usaha Pengolahan Tradisional Jambal Roti di UKM Mamah Jambal. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 15(3), 319-331.
- Nikmah, F. (2017). Kajian tentang pemasaran online untuk meningkatkan peluang bisnis. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47-56.

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 01 No 04 Oktober 2023 E ISSN : 2985-6140</p> <p>https://lenteranusa.id/</p> |  |
|---|--|---|

Riandhita Eri Werdani, Nurul Imani Kurniawati, Johan Bhimo Sukoco, Anafil Windriya, Dian Iskandar. "Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media", JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat), 2020

Sanistasya, P. A. lita, Juari, M. M., Anugrahni, S., Ikhsan, A., S, D. A., & Jeremy, K. (2022). Meningkatkan Potensi Ekonomi Kreatif Dalam UMKM di Desa Budaya Lekaq Kidau. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 3(2.1 Desember), Article 2.1 Desember.

Sukoco, S. A., & Maulana, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Platform Media Sosial. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 3(2.1 Desember), Article 2.1 Desember.