

EFEKTIFITAS PENGGUNAAN *MARKETPLACE* UNTUK SURVIVE DI MASA PANDEMI BAGI BROTHER'S PIZZA

Romianna Sitepu^{1*}, Fathia Fauzan², Maryatul Qibtiyah³, Maria Magdalena Bebbe⁴, Galuh Yuniarti⁵, Rita Ningsih⁶

^{1,2,3,4,5} Program Studi Pendidikan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

*romiannasitepu09@gmail.com

Dikirim: 17 Des 2023 Direvisi: 31 Des 2023 Dipublikasi: 31 Des 2023

ABSTRAK

Marketplace adalah sebuah platform atau tempat dimana berbagai jenis penjual dengan produk yang berbeda bisa berkumpul untuk menjual produknya ke pelanggan. Banyak jenis-jenis dari marketplace, diantaranya online marketplace seperti *e-commerce* yang paling sering digunakan. Brother's pizza merupakan sebuah usaha UMKM yang menggunakan marketplace selama masa pandemi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh marketplace selama pandemi terhadap minat beli konsumen pada Brother's Pizza. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu studi pustaka dan observasi. Selain itu, menggunakan metode survey dan wawancara secara langsung dengan pemilik Brother's Pizza. Oleh karena itu, pengumpulan datanya diperoleh dari data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini yaitu diambil dari data wirausaha saat ini yang mengetahui penjualan, pembuatan, pengeluaran hingga pemasukan Brother's Pizza. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah marketplace mempunyai pengaruh yang sangat baik untuk meningkatkan penjualan Brother's Pizza selama pandemi, dengan adanya marketplace ini dapat memudahkan konsumen dan pembeli tanpa harus bertemu langsung, apalagi saat pandemi berlangsung, yang mana sebagian orang memilih untuk tidak keluar rumah.

Kata kunci: Pandemi, Marketplace, E-commerce, UMKM

ABSTRACT

Marketplace is a platform or place where various types of sellers with different product can gather to sell their products to customers. There are many types of marketplaces, including online marketplaces such as e-commerce which are most often used. Brother's Pizza is an UMKM business that uses the marketplace during the pandemic. The purpose of this study was to determine the effect of market place during pandemic on consumer buying interest at Brother's Pizza. This research is included in qualitative research with data collection methods, namely library research and observation. In addition, using survey methods and direct interviews with Brother's pizza owners. Therefore, the data collection was

obtained from primary data and secondary data. The population in this study is taken from current entrepreneurial data that knows sales, manufacture, expenditure and control of Brother's Pizza. The Conclusion from this research is that the market place has a very good influence on increasing Brother's Pizza sales during the pandemic, with this market place it can make it easier for consumers and buyers without having to meet in person, especially during a pandemic like this, where some people choose not to go out house.

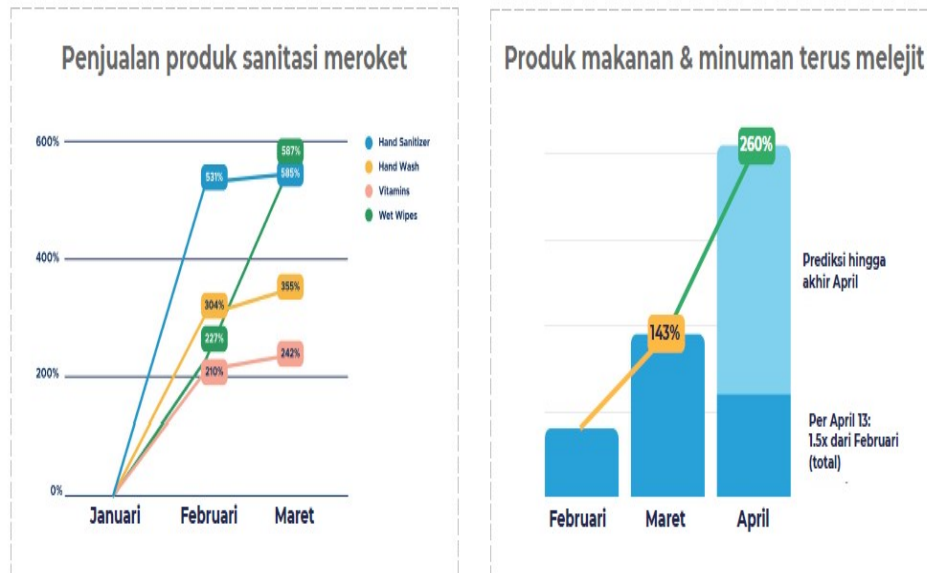
Key Words: Pandemic, Marketplace, E-commerce, UMKM

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 (Corona Virus Disease 2019) yang disebabkan oleh virus corona awalnya mewabah di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Pesatnya penyebaran Covid-19 menyebabkan virus tersebut mewabah di banyak negara, termasuk Indonesia. Di Indonesia Kasus Covid-19 terjadi pada 2 Maret 2020. Oleh karena itu, untuk mencegah peningkatan pandemi Covid-19, pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dimana PSBB ini akan berdampak cukup besar terkait aspek ekonomi di kehidupan masyarakat. Penghasilan masyarakat yang menurun karena pandemi ini telah menyebabkan sebagian besar sektor bisnis mengurangi aktivitas mereka atau bahkan tutup total. Sehingga, pengangguran akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Teknologi berkembang sangat pesat dan terus berubah setiap tahunnya. Oleh karena itu, tren pemasaran digital yang baru di aplikasikan akan terus muncul. Berdasarkan kondisi dan keadaan tahun tersebut, pertumbuhan pasar *e-commerce* Indonesia setiap tahunnya meningkat, terlebih lagi tahun ini dengan adanya pandemi. Banyak konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja online kini harus mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pertumbuhan ini juga tidak terlepas dari pembangunan infrastruktur digital di Indonesia. Perdagangan elektronik itu juga menjadi pengganti bagi banyak orang Indonesia untuk mencari dan membeli produk. Sebagian besar seluruh pengguna internet di Indonesia, tepatnya 88% beli produk secara online.

Sebagai salah satu pilar utama pembangunan ekonomi sosial, bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat membuktikan ketangguhannya di saat krisis ekonomi. Kehadiran *marketplace* dan *e-commerce* dianggap salah satu jalur perdagangan utama yang cocok untuk UMKM dengan penjualan yang luas ke pasar internasional dan sasaran lebih detail.



Gambar 1. Diagram hasil penjualan di marketplace
 Sumber : SIRCLO insights (2020)

Brother's Pizza yang didirikan oleh bapak Kurnia Danisman yaitu sebagai salah satu usaha UMKM Pizza di daerah cibubur 7 depan Yayasan Al-Ma'ruf Gang Belimbing Rt 006 Rw 004, Kecamatan Ciracas, Kelurahan Cibubur, Jakarta Timur. Dimana banyak dampak yang diperoleh dari adanya pandemi ini. Sehingga usaha Brother's Pizza memutuskan untuk menggunakan marketplace yaitu Shopee dan TokoPedia untuk meningkatkan penjualan Pizza di masa pandemi. Banyak keuntungan yang diperoleh dari adanya marketplace ini dapat mempermudah penjualan antara penjual dan pembeli, kegiatan jual beli bisa dilakukan secara online, tanpa harus bertatap muka secara langsung, selain itu dapat meningkatkan *brand awareness*. Dengan menggunakan fungsi pencarian, produk Anda dapat ditemukan oleh banyak orang dengan menggunakan kata kunci tertentu. Anda juga dapat mengiklankan produk Anda menggunakan kata kunci yang paling relevan dengan produk Anda. Dan yang ke-3 dapat meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen sebuah *marketplace* mendapatkan kepercayaan dari konsumen, biasanya mereka juga memiliki kepercayaan terhadap produk dan penjual di dalamnya. Daripada membeli dari situs yang belum pernah mereka coba, mereka lebih memilih untuk menemukan apa yang mereka butuhkan melalui platform yang mereka percayai. Ini karena platform biasanya memiliki seleksi dan kontrol kualitas yang ketat pada semua pemasok untuk memastikan pembelian yang aman. Dengan adanya *market place* ini, dapat membantu usaha Brother's pizza. Dimana, banyak sektor usaha yang gulung tikar akibat adanya pandemi ini.

B. KAJIAN PUSTAKA

Social Media Marketing

Social media marketing merupakan proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk atau layanan mereka melalui saluran online dan untuk menemukan suatu barang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sejak awal yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat menunjang terjadinya pembelian.

Dengan adanya *social media marketing* memudahkan para pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggannya secara online. Biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar dan tidak ada batasannya waktu selama tersambung dengan internet. Media sosial berperan saat pemasaran kegiatan perusahaan membentuk hubungan individu dengan pelanggan dan memberi perusahaan peluang untuk mengakses pelanggan (Kelly et al., 2010).

Brand Awareness

Hermawan (2014 : 57) menjelaskan kesadaran merek adalah kemampuan dari seseorang calon pembeli (*potential buyer*) untuk mengenali (*recognize*) atau mengingat (*recall*) suatu merek yang merupakan bagian dari suatu kategori produk. Brand awareness sangat penting bagi bisnis apapun karena tidak hanya mengundang konsumen untuk membeli dari bisnis anda untuk pertama kalinya, brand awareness juga membuat konsumen untuk terus membeli dari bisnis Anda.

Brand awareness menambah nilai bagi sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Jika perusahaan berinvestasi untuk membangun brand awareness, hal ini bisa membantu perusahaan tersebut untuk bertahan dan menjadi semakin maju.

Minat Beli

Minat beli diartikan sebagai sikap senang terhadap objek yang membuat seseorang berusaha untuk mendapatkannya dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya. Selain itu, minat membeli juga diartikan sebagai rencana untuk membeli sebuah produk dalam waktu tertentu. Meldarianda dan Lisan (2010) menyimpulkan minat beli adalah suatu proses perencanaan pembelian oleh seseorang terhadap suatu produk dengan mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya jumlah produk, merek, dan sikap dalam mengkonsumsi produk tersebut.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu data primer yang didapat secara langsung dari sumber pertama atau tidak dengan perantara. Adapun situasi sosial yang diteliti pada objek penelitian adalah penggunaan *marketplace* untuk *survive* dimasa pandemic Covid19. Peneliti melakukan survey dan wawancara secara langsung dengan pemilik Brother's Pizza untuk mengetahui hasii penjualan, pembuatan, pengeluaran hingga pemasukan Brother's Pizza. Dan data sekunder

yang diperoleh dari pihak lain seperti jurnal, penelitian/ publikasi lain, buku, artikel, maupun referensi lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung serta observasi dengan management Brother's Pizza, mereka mengatakan bahwa dengan berkembangnya teknologi saat ini pelaku usaha UMKM harus menyesuaikan diri dalam proses pemasaran menggunakan media digital. Brother's Pizza menyediakan makanan modern seperti pizza dan pasta dengan kualitas premium bagi semua kalangan. Brother's Pizza menjamin produknya bisa bertahan karena pizza dan pasta merupakan makanan yang mulai familiar di kalangan masyarakat Indonesia meskipun makanan ini bukan makanan khas Indonesia. Sebagai prodik kuliner yang persaingannya sangat ketat di pasaran, Brother's Pizza melakukan strategi marketing, seperti memproduksi jenis rasa atau inovasi baru seiring berkembangnya zaman, karena sebagai orang muda lebih antusias dengan rasa-rasa baru. Oleh karena itu Brother's Pizza selalu menciptakan rasa dan variant yang baru.

Selain menciptakan variant baru, Brother's Pizza juga menarik pelanggan dengan berbagai promo yang sedang berlangsung. Tetapi tak bisa di pungkiri, marketplace juga menyumbang pemasukan yang tinggi bagi Brother's Pizza. Melalui produk branding di berbagai sosial media juga mampu memperkenalkan Brother's Pizza ke khalayak yang lebih luas lagi. Mulai dari tampilan yang menarik, foto-foto yang khas dan unik menjadikan calon-calon pelanggan ingin mencobanya. Ada beberapa hal yang perlu di perhatikan ketika menjual produk di marketplace, diantaranya :

1. Traffic dari Marketplace

Manfaat dari menggunakan marketplace untuk menjual produk kita adalah basis data pelanggan yang dimiliki oleh marketplace tersebut, maka harus diperhatikan apakah marketplace tersebut memiliki kualitas *traffic* yang cukup besar, aktif dalam bertransaksi, mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu, dan lain sebagainya.

2. Konsumen Selalu Ada, Bukan Berarti Penjualan Selalu Ada

Marketplace merupakan platform yang memberikan akses terhadap pengguna secara aktif mencari produk tertentu, siap untuk membuat pembelian. Namun, pada akhirnya terserah penjual untuk memastikan calon pelanggan tidak hanya menemukan penjual, tetapi juga berkonversi untuk sebuah bisnis.

3. Struktur Biaya

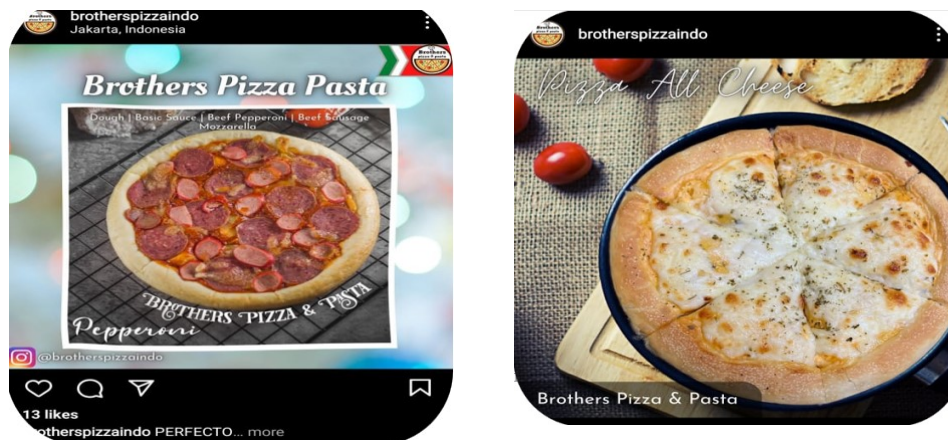
Untuk mulai menggunakan marketplace dalam usaha, maka perlu dipertimbangkan potensi biaya tambahan termasuk pengiriman, biaya pemasaran, dan biaya lain yang mungkin timbul melalui dukungan opsional atau wajib yang diberikan oleh platform tersebut.

4. Dukungan dari marketplace

Platform sebuah marketplace akan menawarkan dukungan untuk membantu dalam mendapatkan hasil yang maksimal dari platform marketplace tersebut.

5. Aturan dan Regulasi
6. Pengelolaan Beberapa Salura Sekaligus

Dari beberapa hal tersebut sudah diterapkan oleh management Brother's Pizza. Mulai dari mengikuti algoritma sebuah platform marketplace, mengikuti trend pasar dan menyesuaikan dengan inovasi produk, sampai kepada design-design produk yang di tampilkan di platform marketplace untuk menarik calon pelanggan.



Gambar 2. Design Postingan Produk Brother's Pizza

Sumber: Instagram Brother's Pizza

Dari segi demarografis brothers pizza menargetkan produknya bagi remaja, anak muda hingga dewasa. Dari sisi psikografis antusias masyarakat terhadap pizza dan pasta semakin banyak dan tak pernah surut. Dengan varian rasa yang baru tentu menarik minat calon konsumen untuk mencoba brothers pizza. Management brother pizza juga tidak menutup mata akan perkembangan dan dan sifat konsumen khususnya di dunia food and baverage supaya dapat menambah inovasi produk baru sesuai dengan perkembangan pasar. Dengan memperhatikan sifat konsument brothers pizza dapat menyediakan produk yang beragam.

Produk usaha Brother's Pizza merupakan bidang usaha F&B dengan menyajikan berbagai jenis varian pizza dan pasta. Harga sesuai dengan target marketnya, brothers pizza mematok harga untuk produknya diantara 30k – 50k per porsinya sesuai ukuran yang di inginkan customer. Untuk pemasaran yang di pilih brothers pizza yaitu online dan offline. Jika konsumen ingin membeli secara online bisa melakukan pembelian melalui aplikasi shoopefood, Gofood, Instagram, dan whatsapp pemilik brothers pizza. Sedangkan jika ingin membeli secara langsung bisa mendatangi toko brothers pizza secara langsung yang berada di Jalan lapangan tembak, cibubur 7 depan Yayasan Al-Ma'ruf gg Belimbing rt.06 rw.04 no.10b. kode pos : 13720 Kec : ciracas kel: cibubur. Brotherss pizza buka dari pukul 13.00-23.00 wib dengan pelayanan yang

dilakukan oleh karyawan brothers pizza dengan pembayaran tunai. Untuk pelanggan dengan pemesanan online menggunakan aplikasi pembayaran disesuaikan dengan aplikasi yang digunakan. Konsumen diminta untuk memastikan varian dan ukuran yang di pesan sebelum melakukan pembayaran. Penjualan melalui marketplace menyumbang 24% dari total pemasukan yang di peroleh Brother,s Pizza setiap bulannya, itu menandakan bahwa marketplace berperan penting dalam tumbuhnya sebuah usaha UMKM. Manfaat lain yang dirasakan Brrother's Pizza selaku usaha UMKM dalam melakukan penjualan produk dengan memanfaatkan marketplace adalah:

1. Meperluas Jangkauan Konsumen

Dengan menggunakan e-commerce pelaku UMKM dapat lebih leluasa dalam mengenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, hal ini dikarenakan semakin berkembangnya teknologi dan gaya hidup masyarakat yang dalam proses transaksi jual – beli mulai menggunakan media online.

2. Meningkatkan Pendapatan

Dengan semakin dijualnya produk dari pelaku usaha UMKM maka secara otomatis konsumen juga semakin bertambah yang akan menyebabkan UMKM akan mampu berkembang hingga meningkatkan pendapatan dan sumber lapangan pekerjaan baru.

Pengolahan bahan baku juga sangat di perhatikan oleh management Brother's Pizza. Mulai dari mencari bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau, dan juga membangun relasi bersama yang lebih memahami tentang bahan baku pizza sendiri. Belajar hal-hal baru dari orang-orang yang berpengalaman untuk sebuah inovasi produk yang baru. Menyimpan bahan baku, merincikan bahan baku yang digunakan, supaya bahan baku tidak terbuang sia-sia.

Dengan berkembangnya usaha pizza di masyarakat, Brothers Pizza selalu melakukan inovasi pada produknya, mulai dari menjaga kualitas produk mulai dari bahan baku hingga rasa diusahakan tetap menjadi rasa yang selalu di cari konsumen, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan juga memberikan promo-promo tertentu sebagai bentuk apresiasi kepada konsumen sehingga konsumen yang sudah mencoba produk brothers pizza bisa tetap bertahan dan membagi info kepada teman dan keluarga, dengan begitu konsumen baru pun bisa bertumbuh dengan pelayanan yang baik.

Tak hanya kepuasan pelanggan yang diperhatikan, semangat karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab juga dijaga dengan baik oleh brothers pizza. Hal tersebut disampaikan dalam bentuk pemberian komisi, pemberian fasilitas pembelajaran dan training, dan lain-lain. Untuk meningkatkan skill karyawan, maka pihak brothers pizza juga melakukan evaluasi minimal satu bulan sekali untuk memperbaiki hal-hal yang kurang maksimal

E. KESIMPULAN

Brothers' pizza menyediakan makanan modern seperti pizza dan pasta dengan kualitas premium bagi kalangan orang muda hingga dewasa. Brothers' pizza menjamin produknya bisa bertahan karena pizza dan pasta merupakan

makanan yang mulai familiar di kalangan masyarakat Indonesia meskipun makanan ini bukan makanan khas Indonesia, maka dari itu management brothers' pizza mampu melihat peluang itu dapat menjadi peluang usaha jangka panjang. Dengan berkembangnya usaha pizza di masyarakat, Brothers Pizza selalu melakukan inovasi pada produknya, mulai dari menjaga kualitas produk mulai dari bahan baku hingga rasa diusahakan tetap menjadi rasa yang selalu di cari konsumen. Tak hanya kepuasan pelanggan yang diperhatikan, semangat karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab juga dijaga dengan baik oleh brothers' pizza.

DAFTAR PUSTAKA

- Kartajaya, Hermawan dan Iwan Setiawan. 2014. Wow Marketing. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kelly, et al, 2010. Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective. *J. Interact. Advert.* 10 (2), 16–27.
- Meldarianda, Resti dan Henky Lisan. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi.* Bandung. *JBE* Vol 17 No.2. Hal 97-107.
- <https://insights.sirclo.com/library/sirclo-5-e-commerce-lessons-from-2020-and-the-pandemic>