

PENINGKATAN MARKETPLACE ONLINE SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO

Azy Athoillah Yazid *

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi
azyathoillah@gmail.com

Lelo Sintani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya
lelo.sintani@feb.upr.ac.id

Dimas Puji Santosa

Universitas Tanjungpura
dimaspujisantosa@teknik.untan.ac.id

Al-Amin

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, Universitas
Airlangga, Surabaya, Indonesia
al.amin-2024@feb.unair.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to see how Increasing Online Marketplace as a Strategy to Increase Income for Micro Business Actors. The method of this research is This research is a type of literature research; This means that the information materials used come from library sources in the form of books, encyclopedias, magazines, journals, newspapers, journals, and others. The form of this research is descriptive, analytical, and critical. Therefore, the author can comprehensively describe how Local Marketplace Development is a Strategy for Increasing Income of MSME Actors. The results of this research are Good business education and financial management are essential to strengthen micro businesses in the long term. The key to success for micro businesses lies in adapting to market changes, product innovation, and efficient management, while maintaining customer satisfaction.

Keywords: Online, Marketplace , Strategy , Increase Income, Micro Business Actors.

Pendahuluan

Peningkatan Marketplace Online merupakan hal yang sangat relevan di era digital saat ini, di mana transaksi bisnis semakin bergeser ke platform online. Marketplace online adalah tempat bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi, melakukan transaksi, dan menawarkan berbagai produk atau layanan. Beberapa faktor utama yang mendorong peningkatan marketplace online meliputi kemudahan berbelanja, kenyamanan, serta potensi pasar yang lebih luas. Untuk memaksimalkan

potensi marketplace online, baik untuk pengusaha maupun konsumen, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dan dikembangkan. Berikut adalah beberapa strategi dan faktor penting untuk Peningkatan Marketplace Online sangat penting di era digital ini, di mana lebih banyak konsumen dan pelaku bisnis beralih ke platform online untuk melakukan transaksi. (Torik et al., 2022) Marketplace online memberikan banyak keuntungan bagi para penjual, pembeli, serta perekonomian secara keseluruhan. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, marketplace online kini menjadi salah satu pilar utama dalam ekosistem bisnis global. (Waoma et al., 2024)

Berikut adalah beberapa alasan pentingnya peningkatan marketplace online: **Memperluas Akses Pasar, Pencapaian Pasar Global:** Dengan adanya marketplace online, penjual tidak lagi terbatas pada pasar lokal atau nasional. Marketplace memungkinkan usaha untuk menjangkau pelanggan secara global tanpa memerlukan investasi besar dalam infrastruktur fisik atau jaringan distribusi. (Sedyastuti, 2018) Ini membuka peluang bagi pelaku usaha kecil, menengah, dan mikro untuk memasarkan produk mereka ke audiens yang lebih luas. **Meningkatkan Daya Saing:** Para pelaku usaha yang awalnya tidak memiliki kesempatan untuk bersaing dengan perusahaan besar, kini memiliki peluang yang setara berkat keberadaan marketplace online. Produk mereka bisa ditemukan oleh pembeli yang sebelumnya sulit dijangkau, menciptakan daya saing yang lebih sehat di pasar. (Brata, 2016)

Mengurangi Biaya Operasional, Mengurangi Biaya Pemasaran dan Distribusi: Marketplace online menawarkan cara yang lebih murah untuk memasarkan produk, karena mereka sering memiliki basis pengguna yang besar dan menawarkan platform untuk mengiklankan produk dengan biaya yang lebih rendah daripada iklan tradisional. Sistem pengiriman dan pembayaran yang terintegrasi juga mengurangi biaya distribusi dan administrasi. **Operasi yang Lebih Efisien:** Dengan menggunakan platform yang sudah tersedia, pelaku usaha tidak perlu membangun sistem sendiri. Marketplace biasanya sudah menyediakan infrastruktur untuk pembayaran, pengelolaan stok, dan pelacakan pengiriman, sehingga mengurangi biaya operasional yang tinggi. (Henri Slat et al., 2013)

Meningkatkan Visibilitas dan Kepercayaan Konsumen, Brand Awareness: Bagi banyak usaha kecil dan mikro, mengembangkan kesadaran merek (brand awareness) adalah tantangan besar. Marketplace memberikan visibilitas yang tinggi melalui pencarian berbasis kategori atau fitur-fitur seperti rekomendasi produk, ulasan, dan promosi. **Testimoni dan Review:** Marketplace sering kali memungkinkan pembeli untuk memberikan ulasan atau rating tentang produk yang mereka beli. (Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, 2018) Hal ini membangun kepercayaan

konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian, karena ulasan positif berfungsi sebagai bentuk rekomendasi dari pengguna lain yang telah bertransaksi sebelumnya. Pengembangan dan Inovasi Teknologi, Sistem Pembayaran yang Terintegrasi: Marketplace online menyediakan sistem pembayaran yang aman dan terintegrasi. Pembeli dapat memilih berbagai metode pembayaran, mulai dari kartu kredit, e-wallet, transfer bank, hingga pembayaran di tempat (COD). Ini memberi kenyamanan dan keamanan yang lebih tinggi bagi konsumen. (Solihin, 2020)

Fitur Analitik dan Laporan: Marketplace sering menawarkan pelaporan dan analitik yang memungkinkan penjual untuk memonitor kinerja produk mereka, mengetahui tren pembelian, serta memahami preferensi konsumen. Informasi ini sangat berguna dalam strategi pemasaran dan perencanaan bisnis. Kemudahan Transaksi dan Akses Produk, Kemudahan Berbelanja: Marketplace memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk melakukan perbandingan harga dan fitur produk dengan mudah hanya dalam beberapa klik. Konsumen dapat mencari produk dari berbagai penjual di satu platform tanpa perlu berpindah-pindah website atau toko fisik. (Wardiana et al., 2022) Pengalaman Belanja yang Fleksibel: Dengan berbagai pilihan produk, diskon, dan promo yang terus diperbarui, konsumen memiliki lebih banyak opsi dalam berbelanja. Fasilitas pengiriman yang cepat dan dapat dipantau secara real-time juga menambah kenyamanan konsumen dalam bertransaksi. (Mubarok, 2016)

Meningkatkan Potensi Penjualan dengan Strategi Pemasaran, Promo dan Diskon: Marketplace sering menyediakan fasilitas untuk mengadakan promo dan diskon untuk menarik pelanggan. Penjual bisa melakukan promosi berbasis waktu tertentu atau mengadakan flash sale untuk meningkatkan volume penjualan dalam periode tertentu. Targeting dan Personalisasi: Marketplace sering kali memiliki sistem yang dapat menyesuaikan rekomendasi produk berdasarkan perilaku konsumen. Ini meningkatkan peluang penjualan dengan cara menampilkan produk yang relevan bagi konsumen, berdasarkan preferensi dan riwayat belanja mereka. Kemudahan bagi Usaha Kecil dan Mikro untuk Memasuki Pasar, Mengurangi Hambatan Masuk Pasar: Marketplace online memungkinkan usaha mikro dan kecil untuk memulai bisnis mereka dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan membuka toko fisik. Tidak perlu investasi besar untuk infrastruktur atau biaya sewa tempat, dan dapat segera menjual produk mereka di pasar yang lebih luas. Skalabilitas: Marketplace memberikan kesempatan bagi usaha kecil untuk berkembang. Dengan penjualan yang meningkat, mereka dapat memanfaatkan sistem yang ada untuk meningkatkan kapasitas, memperluas jangkauan pasar, dan menambah jumlah produk yang ditawarkan tanpa harus mengeluarkan banyak modal. (Lubis et al., 2018)

Keunggulan Kompetitif dengan Inovasi, Adaptasi terhadap Perubahan Pasar: Marketplace online memungkinkan penjual untuk dengan cepat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar. Jika terjadi perubahan tren atau kebutuhan baru, penjual dapat dengan mudah menyesuaikan penawaran produk mereka untuk memenuhi permintaan yang sedang berkembang. Fitur Berbasis Teknologi: Beberapa marketplace online mengintegrasikan fitur canggih seperti Augmented Reality (AR) untuk membantu pelanggan melihat bagaimana produk akan tampak dalam kehidupan nyata, atau chatbot untuk memberikan layanan pelanggan secara otomatis. Ini memberikan keunggulan kompetitif bagi penjual yang mengadopsi teknologi ini lebih cepat. Pengelolaan dan Analisis Data yang Lebih Baik, Data untuk Pengambilan Keputusan: Marketplace online sering menyediakan berbagai data dan analitik yang berguna bagi penjual. Data ini bisa berupa tren pembelian, preferensi pelanggan, performa produk, dan feedback dari konsumen. Dengan memiliki data yang akurat, penjual dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam hal penentuan harga, strategi pemasaran, dan pengelolaan produk. Pemanfaatan AI dan Big Data: Marketplace besar menggunakan kecerdasan buatan (AI) dan big data untuk memahami pola perilaku konsumen, membantu dalam personalisasi pengalaman belanja, serta menawarkan rekomendasi produk yang lebih tepat. Hal ini bisa meningkatkan konversi penjualan secara signifikan. (Syah, 2023)

Peran Marketplace dalam Ekonomi Digital dan UMKM, Meningkatkan Inklusi Ekonomi: Marketplace online mendukung pemberdayaan ekonomi dengan menyediakan platform untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mungkin tidak memiliki sumber daya untuk membangun infrastruktur bisnis yang besar. Ini membantu mereka untuk lebih terhubung dengan pelanggan dan bersaing di pasar yang lebih luas. Menciptakan Lapangan Kerja: Keberadaan marketplace tidak hanya menguntungkan para penjual, tetapi juga menciptakan peluang kerja baru, baik untuk kurir, tenaga pemasaran, customer service, maupun berbagai jenis pekerjaan lain yang terkait dengan ekosistem e-commerce. (Nilasari et al., 2019) Sustainability dan Marketplace Berbasis Etika, Penjualan Produk Berkelanjutan: Marketplace online juga mendukung tren produk yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan semakin banyaknya konsumen yang sadar akan keberlanjutan, marketplace dapat membantu mempertemukan konsumen dengan produk-produk yang mengedepankan prinsip-prinsip etika dan keberlanjutan. Transparansi dan Etika: Marketplace dengan model yang transparan, seperti yang mengutamakan fair trade atau produk lokal, dapat menarik konsumen yang peduli dengan dampak sosial dan lingkungan dari produk yang mereka beli. Peningkatan marketplace online sangat penting karena memberi banyak manfaat baik bagi pelaku bisnis, konsumen,

maupun perekonomian secara keseluruhan. Marketplace bukan hanya sebagai tempat untuk bertransaksi, tetapi juga sebagai platform pemberdayaan, peningkatan inovasi, dan penghubung antara penjual dan pembeli dari berbagai latar belakang. Sebagai hasilnya, marketplace online berperan besar dalam memperkuat ekonomi digital, mendukung keberagaman usaha, serta meningkatkan efisiensi dan daya saing dalam bisnis. Peningkatan marketplace online akan mempercepat proses digitalisasi dan memberikan kesempatan lebih besar bagi usaha kecil dan menengah untuk berkembang di pasar global. (Maulida & Yunani, 2017).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian literatur; Artinya, bahan informasi yang digunakan berasal dari sumber perpustakaan berupa buku, ensiklopedia, majalah, jurnal, surat kabar, jurnal, dan lain-lain (Sutrisno Hadi, 1987). Bentuk penelitian ini bersifat deskriptif, analitis, kritis. Oleh karena itu, penulis dapat menguraikan secara komprehensif bagaimana Peningkatan Marketplace Online sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro. Dalam penelitian ini, penulis secara optimal menggunakan dua sumber data terkait penelitian ini, yaitu. Sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber utama penelitian ini adalah buku dan jurnal ilmiah tentang Marketplace Online. Pada saat yang sama, penelitian ini didukung (sekunder) oleh karya pemikiran lain yang berkaitan dengan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro. Penelitian seperti itu tidak pernah ada sehingga sangat penting bagi penulis untuk menyampaikan melalui artikel ini

Hasil dan Pembahasan

Peningkatan marketplace online Peningkatan Infrastruktur Teknologi, Platform yang Stabil dan Aman

Marketplace online harus memiliki infrastruktur teknologi yang kuat agar dapat menangani jumlah transaksi yang besar tanpa mengalami masalah teknis seperti downtime, bug, atau masalah keamanan. Sistem harus dapat menangani pembayaran, pengelolaan inventaris, dan pengiriman barang dengan lancar. Keamanan Transaksi: Keamanan adalah hal yang sangat penting dalam transaksi online. Marketplace harus menyediakan sistem yang aman, seperti enkripsi SSL, verifikasi dua faktor, dan sistem deteksi penipuan untuk melindungi data pengguna dan transaksi keuangan. Mobile Optimization: Mengingat banyak konsumen menggunakan perangkat mobile untuk berbelanja, marketplace online harus sepenuhnya responsif dan mudah diakses melalui ponsel. Aplikasi mobile atau

tampilan web yang ramah pengguna (user-friendly) akan membantu meningkatkan pengalaman berbelanja.(Torik et al., 2022)

Kemudahan Penggunaan (User Experience), Navigasi yang Intuitif: Marketplace harus memiliki desain yang user-friendly, dengan navigasi yang mudah dipahami, kategori produk yang jelas, serta fitur pencarian yang efisien. Konsumen tidak ingin menghabiskan banyak waktu untuk mencari produk yang mereka inginkan. **Rekomendasi Produk yang Akurat:** Menggunakan teknologi AI untuk memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi konsumen akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan potensi penjualan. Sistem ini dapat belajar dari perilaku pembelian pengguna sebelumnya dan menawarkan barang yang relevan. **Ulasan dan Rating:** Pengguna cenderung mencari ulasan dan rating produk sebelum membeli. Marketplace harus memberikan ruang bagi konsumen untuk memberikan feedback tentang produk atau penjual untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan.(Ekuitas et al., 2022)

Peningkatan Layanan Pengiriman dan Logistik, Opsi Pengiriman Cepat: Salah satu faktor penting dalam kesuksesan marketplace online adalah kecepatan pengiriman. Konsumen semakin mengharapkan pengiriman cepat dan efisien. Menyediakan berbagai opsi pengiriman, termasuk pengiriman same-day delivery atau next-day delivery, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. **Pelacakan Pengiriman Real-time:** Marketplace harus menyediakan fitur pelacakan pengiriman secara real-time. Hal ini memberikan kenyamanan bagi pembeli karena mereka dapat mengetahui status pengiriman barang yang dipesan. **Integrasi dengan Layanan Pengiriman:** Kemitraan dengan berbagai layanan pengiriman (kurir) akan memberikan lebih banyak pilihan pengiriman bagi konsumen dan memperluas jangkauan pasar, baik domestik maupun internasional.(Wardiana et al., 2022)

Diversifikasi Pembayaran, Metode Pembayaran yang Beragam: Marketplace online harus menyediakan berbagai opsi pembayaran yang sesuai dengan preferensi konsumen, seperti kartu kredit, transfer bank, e-wallet, dan pembayaran melalui aplikasi dompet digital (seperti GoPay, OVO, DANA, dll.). **Pembayaran Aman dan Terpercaya:** Agar konsumen merasa aman, pastikan transaksi dilakukan melalui sistem pembayaran yang terpercaya dan sudah diakui. Peningkatan sistem pembayaran seperti COD (Cash on Delivery) juga bisa menjadi pilihan untuk menarik lebih banyak konsumen. **Pembayaran dengan Dinar dan Dirham:** Mengingat tren perbankan syariah dan preferensi tertentu, menyediakan opsi pembayaran dengan mata uang berbasis emas (seperti Dinar dan Dirham) bisa menjadi salah satu fitur menarik untuk pasar niche yang berorientasi pada ekonomi syariah.(Hidayat & Mukhlisin, 2020)

Peningkatan Pengalaman Pelanggan, Layanan Pelanggan yang Responsif: Marketplace harus menyediakan layanan pelanggan yang cepat dan responsif. Pengguna sering kali membutuhkan bantuan dalam menyelesaikan masalah atau mendapatkan informasi lebih lanjut tentang produk atau status pengiriman. Layanan melalui chatbot, telepon, atau email harus selalu tersedia. Retur dan Pengembalian yang Mudah: Proses retur atau pengembalian barang yang mudah dan jelas akan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Marketplace harus menetapkan kebijakan pengembalian yang ramah konsumen dan tidak ribet. Program Loyalitas dan Diskon: Menyediakan program loyalitas, potongan harga, atau kupon diskon untuk pelanggan yang sering berbelanja akan meningkatkan retensi pelanggan dan mempercepat peningkatan penjualan.

Diversifikasi Produk dan Penyedia, Bermitra dengan Banyak Penjual: Untuk meningkatkan keberagaman produk, marketplace online perlu menjalin kemitraan dengan banyak penjual. Keberagaman ini dapat mencakup berbagai kategori produk seperti fashion, elektronik, produk makanan dan minuman, kesehatan, dan lain-lain. Sistem Kualitas dan Verifikasi Penjual: Marketplace perlu memiliki sistem yang mengatur kualitas produk dan melakukan verifikasi penjual. Hal ini penting agar konsumen mendapatkan produk yang berkualitas dan mengurangi risiko penipuan atau produk palsu. Pemasaran dan Promosi yang Efektif, Iklan Digital dan Social Media: Marketplace online perlu memanfaatkan media sosial (seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube) untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pemasaran digital melalui Google Ads, email marketing, dan influencer marketing juga dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau audiens yang lebih luas. (Sinaga et al., 2023)

SEO dan SEM: Mengoptimalkan website untuk Search Engine Optimization (SEO) akan meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Selain itu, Search Engine Marketing (SEM) dapat digunakan untuk mempromosikan produk secara berbayar agar lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli. Kepatuhan dan Regulasi, Perlindungan Konsumen: Marketplace online harus memastikan bahwa platform tersebut mematuhi peraturan perlindungan konsumen, seperti yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen Indonesia (UU No. 8 Tahun 1999). Ini termasuk hak-hak konsumen untuk pengembalian barang, pengembalian dana, dan transparansi harga. Pajak dan Kepatuhan Pajak: Marketplace juga perlu mematuhi kewajiban perpajakan, baik untuk transaksi domestik maupun internasional. Pembayaran pajak yang sesuai dengan peraturan akan memastikan marketplace beroperasi secara sah dan menghindari masalah hukum.

Pendekatan Ekonomi Berkelanjutan, Produk Ramah Lingkungan: Banyak konsumen saat ini lebih peduli terhadap keberlanjutan dan produk yang ramah lingkungan. Marketplace dapat memperkenalkan kategori produk yang berbasis sustainable (berkelanjutan), seperti produk organik, ramah lingkungan, atau produk yang diproduksi secara etis. Pengurangan Jejak Karbon: Marketplace dapat berinvestasi dalam pengurangan jejak karbon dan mendukung pengiriman yang lebih ramah lingkungan. Misalnya, menggunakan pengemasan ramah lingkungan atau bekerja sama dengan layanan pengiriman yang berbasis kendaraan listrik. Globalisasi dan Ekspansi Pasar, Ekspansi Internasional: Marketplace online bisa memperluas pasar dengan menargetkan konsumen internasional, baik melalui pengiriman internasional atau menyediakan berbagai bahasa dan mata uang dalam platform mereka. Adaptasi Lokal: Di pasar global, penting bagi marketplace untuk menyesuaikan diri dengan preferensi lokal di berbagai negara. Ini termasuk menyesuaikan metode pembayaran, bahasa, dan jenis produk yang ditawarkan.

Strategi Peningkatan Pendapatan untuk Pelaku Usaha Mikro

sangat penting untuk membantu mereka tumbuh dan berkembang, terutama dalam konteks ekonomi yang semakin kompetitif. Usaha mikro, yang biasanya dikelola oleh individu atau keluarga kecil dengan modal terbatas, sering menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran, manajemen keuangan, dan akses terhadap sumber daya. Namun, dengan strategi yang tepat, pelaku usaha mikro dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro: Optimalisasi Pemasaran Digital, Pemasaran Media Sosial: Pelaku usaha mikro dapat memanfaatkan platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok) untuk mempromosikan produk mereka. Menggunakan foto dan video menarik, serta melibatkan audiens dengan konten yang relevan, bisa memperluas jangkauan pasar mereka. Biaya pemasaran di media sosial relatif rendah, dan dapat mencakup audiens yang lebih luas. Contoh: Menampilkan cara penggunaan produk, ulasan pelanggan, atau behind-the-scenes dari proses produksi. Pemasaran Berbasis Lokal: Manfaatkan pemasaran berbasis lokasi (seperti Google My Business, Instagram Location Tags, dan Facebook Local Ads) untuk menarik pelanggan di sekitar lokasi usaha mikro. Ini sangat berguna bagi usaha yang mengandalkan pelanggan lokal, seperti warung makan, toko kelontong, atau toko pakaian. (A.-A. Amin & Taufiq, 2023)

Marketplace Online: Bergabung dengan platform marketplace online (seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, atau yang lebih niche seperti Bukalapak untuk produk lokal) memberikan kesempatan untuk menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas tanpa perlu memiliki situs web sendiri. Peningkatan Kualitas Produk

dan Layanan, Inovasi Produk: Untuk bersaing di pasar yang semakin ramai, penting untuk mengembangkan produk yang menarik dan berbeda dari pesaing. Misalnya, menciptakan produk baru, meningkatkan variasi produk, atau memodifikasi produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas. Contoh: Jika Anda menjual produk makanan, bisa mencoba variasi rasa atau kemasan yang lebih menarik.(Al-Amin & Andespa, 2022)

Kualitas Layanan: Menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan ramah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali lagi. Pelaku usaha mikro harus memperhatikan setiap detail layanan, mulai dari cara melayani pelanggan hingga cara menangani keluhan. Feedback dan Testimoni: Mendengarkan masukan dari pelanggan sangat penting untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki atau dikembangkan dalam produk atau layanan. Menyediakan ruang bagi pelanggan untuk memberikan ulasan atau testimoni dapat membangun kepercayaan bagi calon pembeli baru. Diversifikasi Sumber Pendapatan, Penambahan Lini Produk: Menawarkan produk atau layanan tambahan yang berhubungan dengan produk utama dapat membuka peluang pendapatan baru. Misalnya, jika usaha Anda menjual pakaian, bisa menambahkan aksesoris seperti tas, sepatu, atau perhiasan.(Putri et al., 2023)

Layanan Tambahan: Jika usaha mikro Anda bergerak di bidang jasa, pertimbangkan untuk menawarkan layanan tambahan yang dapat meningkatkan pendapatan. Misalnya, jika Anda memiliki usaha katering, bisa menawarkan paket tambahan seperti layanan dekorasi atau katering untuk acara tertentu. Paket Promosi: Menyusun paket promosi produk (seperti bundle atau diskon) dapat mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak. Ini juga memberikan insentif untuk pelanggan setia dan meningkatkan volume penjualan. Contoh: Menjual paket hemat untuk pembelian produk dalam jumlah tertentu atau memberikan diskon bagi pelanggan yang membeli di atas nilai tertentu. Manajemen Keuangan yang Lebih Baik, Pengelolaan Keuangan yang Efisien: Memiliki catatan keuangan yang rapi sangat penting untuk melihat kondisi keuangan usaha. Gunakan aplikasi atau software akuntansi sederhana untuk membantu memantau pemasukan, pengeluaran, dan laba. Pastikan untuk mencatat setiap transaksi agar dapat mengetahui arus kas secara lebih tepat.(A. Amin et al., 2023)

Pengurangan Biaya Operasional: Melakukan evaluasi terhadap biaya-biaya operasional yang tidak perlu bisa membantu mengurangi pengeluaran. Misalnya, melakukan perbandingan harga untuk bahan baku, bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik, atau menggunakan teknologi untuk mengurangi biaya tenaga kerja. Manajemen Persediaan yang Cermat: Kelola

persediaan barang dengan baik untuk menghindari kelebihan stok atau kekurangan barang. Gunakan sistem manajemen stok yang sederhana untuk memastikan Anda tidak kehabisan barang populer, namun juga tidak menginvestasikan terlalu banyak uang dalam stok yang tidak laku. Pemanfaatan Teknologi untuk Efisiensi Operasional, Aplikasi untuk Pengelolaan Bisnis: Banyak aplikasi yang dirancang untuk membantu pelaku usaha mikro mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, seperti aplikasi untuk pengelolaan keuangan, pengaturan jadwal, atau manajemen stok. Contoh: Aplikasi seperti Moka POS atau Kasir Pintar untuk memantau penjualan dan inventaris di toko fisik. E-commerce: Jika usaha Anda belum berjualan secara online, buatlah website atau platform e-commerce untuk memperluas pasar. Banyak platform e-commerce yang menyediakan sistem pembayaran dan pengiriman yang terintegrasi, sehingga lebih mudah bagi pelaku usaha mikro untuk menjual produknya secara online. Contoh: Membuka toko online di Tokopedia atau Bukalapak untuk produk lokal atau membangun website sendiri menggunakan platform seperti Shopify atau Wix.

Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan, Pelatihan untuk Karyawan: Jika usaha mikro melibatkan karyawan, pastikan mereka mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka, baik dalam hal pelayanan pelanggan, keterampilan teknis, atau bahkan keterampilan manajerial. Edukasi Bisnis: Pemilik usaha mikro juga perlu mengikuti pelatihan atau seminar untuk meningkatkan pengetahuan mereka dalam mengelola bisnis, seperti manajemen keuangan, pemasaran digital, atau pengelolaan sumber daya manusia. Kolaborasi dengan Mentor atau Konsultan Bisnis: Mencari bimbingan dari mentor yang berpengalaman atau konsultan bisnis dapat membantu pemilik usaha mikro untuk memetakan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan pendapatan. Peningkatan Akses ke Pembiayaan, Pinjaman atau Modal Usaha: Jika diperlukan, carilah akses pembiayaan melalui lembaga keuangan, koperasi, atau program pemerintah untuk membantu mendanai perluasan usaha atau membeli peralatan baru. Banyak program pemerintah yang memberikan modal usaha mikro dengan bunga rendah atau bahkan tanpa bunga.

Crowdfunding: Jika usaha Anda memiliki produk yang menarik, Anda bisa mencoba mencari dana dari masyarakat melalui platform crowdfunding seperti Kitabisa.com atau GoFundMe untuk meningkatkan modal usaha. Kerja Sama dengan Investor: Jika usaha Anda sudah berjalan cukup baik dan ingin berkembang, bisa mencoba mencari investor yang tertarik untuk mendanai usaha mikro Anda, dengan imbalan saham atau keuntungan tertentu. Memanfaatkan Program Pemerintah, Subsidi dan Bantuan Pemerintah: Banyak pemerintah daerah maupun pusat yang

menawarkan subsidi, pelatihan, atau bantuan modal untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelaku usaha mikro harus memanfaatkan kesempatan ini untuk mendapatkan dukungan yang bisa membantu meningkatkan kapasitas dan pendapatan usaha mereka. Pemasaran melalui Program Pemerintah: Program-program pemerintah yang mendukung UMKM, seperti Pasar Digital atau Pameran UMKM, dapat menjadi saluran pemasaran yang sangat baik untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kolaborasi dan Kemitraan, Bergabung dengan Komunitas: Bergabung dalam komunitas bisnis atau asosiasi usaha mikro dapat membuka peluang untuk kolaborasi dan mendapatkan akses ke pasar yang lebih besar. Anda bisa saling berbagi informasi, sumber daya, atau bahkan menawarkan produk bersama-sama untuk mencapai target yang lebih besar. Kemitraan dengan Usaha Lain: Membangun kemitraan dengan usaha lain, baik yang lebih besar atau sesama usaha mikro, bisa membuka peluang untuk pemasaran bersama atau saling menguntungkan.

Kesimpulan

Peningkatan marketplace online membutuhkan kombinasi dari inovasi teknologi, kemudahan penggunaan, keamanan, dan pelayanan pelanggan yang optimal. Dengan berfokus pada pengalaman konsumen yang lebih baik, serta meningkatkan daya tarik bagi penjual dan pembeli, marketplace dapat berkembang pesat. Selain itu, dengan memperhatikan perubahan tren pasar dan memanfaatkan peluang digital secara optimal, marketplace online dapat menjadi platform yang lebih efisien dan efektif dalam memfasilitasi transaksi. Untuk meningkatkan pendapatan usaha mikro, pelaku usaha perlu mengimplementasikan strategi yang mencakup pemasaran digital, peningkatan kualitas produk dan layanan, diversifikasi pendapatan, serta memanfaatkan teknologi dan akses pembiayaan. Edukasi bisnis dan manajemen keuangan yang baik sangat penting untuk memperkuat usaha mikro dalam jangka panjang. Kunci sukses bagi usaha mikro terletak pada adaptasi terhadap perubahan pasar, inovasi produk, dan pengelolaan yang efisien, sambil tetap menjaga kepuasan pelanggan

Referensi

- Al-Amin, A.-A., & Andespa, W. (2022). Income and Cost Analysis of Profitability in the Baitul Maal Wa Tamwil Sidogiri Savings and Loans Cooperative, Mempawah Branch. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 1(1), 75–87.
- Amin, A.-A., & Taufiq, M. M. (2023). Analisis Pengaruh Hifdz Al Maal Terhadap Pengelolaan Harta Pada Pedagang Muslim Pasar Aur Kuning Kota Bukittinggi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 163–169.

- Amin, A., Putra, R., Subeno, H., Bashir, H., Andespa, W., & Ridwan, A. (2023). Penerapan dan Urgensi Model Model Cash Waqaf (Studi pada Hasil Jurnal Penelitian di Indonesia). *Journal on Education*, 5(2), 3095–3107.
- Brata, B. I. (2016). PASAR TRADISIONAL DI TENGAH ARUS BUDAYA GLOBAL Ida Bagus Brata FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar. *FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 6(1), 1–12.
- Ekuitas, S., Rahayu, L. P., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Faktor Harga , Keamanan , Kemudahan , dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Belanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. 3(3), 538–544. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1279>
- Henri Slat, A., Harga Pokok, A., & Henri Slat Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sam ratulangi Manado, A. (2013). Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual. *110 Jurnal EMBA*, 1(3), 110–117.
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>
- Lubis, A. N., Sadalia, I., & Fachrudin, K. A. (2018). Model Perilaku Investor Kota Medan Berdasarkan Strategi Pemasaran. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 17(4), 413–429. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2013.v17.i4.112>
- Maulida, S., & Yunani, A. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.
- Nilasari, A. P., Hutajulu, D. M., Retnosari, R., & Astutik, E. P. (2019). Strategi Pemberdayaan dan Kontribusi UMKM Menghadapi Ekonomi Digital. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*.
- Putri, F. A., Alfia, N., Wati, F. S., Amin, A., & others. (2023). The Influence of Government Policies on Repurchase Intentions on the Platform Ecommerce TiktokShop. *ICEFS Proceeding*, 1, 79–86.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancan pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Sinaga, R. S., Sinaga, A. P., Simanungkalit, H. R. B., Sihombing, C. R., Gultom, Y. W., Gultom, Y. V. L., Herman, H., Siagian, A. F., Siagian, G., & Sianturi, R. (2023). Meningkatkan Keterampilan Mendengarkan \& Berbicara Bahasa Inggris Siswa Kelas XI IPA SMAS Umum Sentosa Melalui Aplikasi Instagram. *Beru'-Beru': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 9–15.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

- Sutrisno Hadi. (1987). *Metodologi Research* (ndi O. Set (ed.); jilid 1).
- Syah, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN*.
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- Torik, M., Buana, L., & Halim, S. (2022). *Tinjauan literatur akad salam dan analisa penerapannya pada penjualan laptop online di marketplace besar Indonesia*. 4, 2018–2022. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art6>
- Waoma, S., Izmuddin, I., Judijanto, L., & others. (2024). Perceptual Mapping Marketplace Tiktok Shop, Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli: Positioning Marketplace Based on Indonesia Online Shopper Preferences. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 2726–2737.
- Wardiana, T. A., Nurhayati, N., & Ihwanudin, N. (2022). *Implementasi akuntansi salam dalam aplikasi shopee*. 5(1), 523–532.