

Optimalisasi Marketplace Dan Perencanaan Keuangan Pelaku Bisnis

¹Paramita Poddala, ²Sewang

^{1,2}Universitas Megarezky Makassar – Indonesia

Email: mithapoddala16@unimerz.com

Abstrak

Optimalisasi marketplace adalah upaya memaksimalkan penggunaan platform digital untuk meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul. Dalam konteks bisnis digital, marketplace seperti Tokopedia, Shopee, atau Amazon menjadi wadah strategis bagi pelaku usaha untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan cepat. Optimalisasi ini melibatkan penerapan strategi seperti pengelolaan katalog produk yang menarik, penetapan harga kompetitif, penggunaan fitur promosi platform, serta respons cepat terhadap ulasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Optimalisasi marketplace dan perencanaan keuangan adalah dua elemen penting yang harus berjalan beriringan. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dan mengelola keuangan secara disiplin, pelaku usaha tidak hanya dapat bertahan di tengah persaingan, tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kata Kunci : Marketplace, pengelolaan keuangan digital, pelaku bisnis

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam era digital, telah membuka peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui platform marketplace. Marketplace tidak hanya menjadi sarana jual beli produk, tetapi juga sebagai alat strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan bisnis, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, dalam memanfaatkan marketplace secara optimal, pelaku bisnis menghadapi berbagai tantangan, seperti pengelolaan keuangan, strategi pemasaran digital, hingga kemampuan adaptasi terhadap teknologi. Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, termasuk kemunculan marketplace sebagai salah satu saluran utama untuk memasarkan produk dan jasa. Marketplace telah menjadi platform strategis bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Namun, keberhasilan dalam memanfaatkan marketplace tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh pengelolaan keuangan yang baik. Meskipun marketplace menyediakan peluang besar, banyak pelaku bisnis, terutama UMKM, masih menghadapi kendala dalam Pemahaman Teknologi: Kurangnya literasi digital untuk mengelola toko daring secara efektif. Strategi Pemasaran: Minimnya kemampuan merancang strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan visibilitas produk. Persaingan Ketat: Adanya kompetisi dengan pelaku usaha besar yang lebih terstruktur dan memiliki sumber daya lebih besar.

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan revolusi dalam dunia bisnis, terutama melalui munculnya berbagai platform marketplace. Marketplace menjadi salah satu solusi bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi biaya pemasaran. Di era digital ini, marketplace memainkan peran penting sebagai sarana utama dalam transaksi bisnis online, baik untuk pelaku usaha kecil maupun besar. Keunggulan ini menjadikan marketplace sebagai alternatif yang menarik bagi banyak pelaku bisnis, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang seringkali menghadapi kendala akses ke pasar tradisional.

Namun, meskipun marketplace menawarkan peluang yang besar, keberhasilan pelaku bisnis dalam memanfaatkan platform ini tidak selalu berjalan mulus. Banyak pelaku usaha menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, dan minimnya kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi yang terus berkembang. Persaingan yang ketat di dalam marketplace juga menjadi tantangan tersendiri, mengingat banyaknya pelaku usaha lain yang menawarkan produk serupa dengan strategi pemasaran yang lebih canggih.

Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan pemanfaatan marketplace adalah perencanaan keuangan yang baik. Dalam konteks bisnis digital, perencanaan keuangan berperan penting untuk memastikan bahwa operasional usaha dapat berjalan dengan efisien dan berkelanjutan. (Poddala, Alimuddin, and Bine 2024) Dengan pengelolaan keuangan yang tepat, pelaku bisnis dapat mengalokasikan anggaran secara strategis, baik untuk promosi, pengadaan produk, maupun peningkatan kualitas layanan. Selain itu, perencanaan keuangan yang matang juga membantu pelaku usaha untuk menjaga arus kas tetap sehat, menghindari pemborosan, dan memaksimalkan keuntungan.

Optimalisasi marketplace dan perencanaan keuangan merupakan dua aspek yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam mendukung keberhasilan bisnis di era digital. (Alimuddin and Poddala 2023) Marketplace menyediakan platform untuk memperluas jangkauan bisnis, sementara perencanaan keuangan memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis. Kombinasi kedua aspek ini memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing, mengelola risiko, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dalam implementasinya, optimalisasi marketplace memerlukan pemahaman mendalam tentang cara kerja platform, termasuk algoritma pencarian, fitur promosi, dan analisis data penjualan. Pelaku usaha perlu menguasai strategi pemasaran digital, seperti penggunaan iklan berbayar, diskon, dan konten menarik untuk menarik perhatian pelanggan. (Poddala 2023) Di sisi lain, perencanaan keuangan memerlukan pendekatan yang sistematis, seperti pembuatan anggaran, pengelolaan laporan keuangan, dan analisis profitabilitas. Dengan mengintegrasikan kedua pendekatan ini, pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mengoptimalkan pendapatan.

Penelitian ini berfokus pada strategi optimalisasi marketplace dan perencanaan keuangan bagi pelaku bisnis, terutama UMKM, yang menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam memanfaatkan marketplace dan merancang solusi praktis untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang aplikatif bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka di era digital.

Dengan demikian, penting untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana pelaku bisnis dapat memanfaatkan marketplace secara maksimal sambil menerapkan perencanaan keuangan yang efektif. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi akademisi dan praktisi bisnis, tetapi juga bagi pembuat kebijakan yang ingin mendukung ekosistem bisnis digital yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan **partisipatif dan aplikatif**, yang melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Metode ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha melalui transfer pengetahuan dan keterampilan secara langsung, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital (marketplace) dan perencanaan keuangan sederhana. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu Melakukan observasi lapangan dan wawancara awal dengan pelaku UMKM sasaran untuk mengetahui tingkat pemahaman dan penggunaan marketplace serta kemampuan perencanaan keuangan mereka. Pengumpulan data awal menggunakan kuesioner dan diskusi kelompok terfokus (FGD) ringan. Memberikan sosialisasi awal mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran melalui marketplace dan manajemen

keuangan dasar bagi UMKM. Menjelaskan peluang dan tantangan UMKM di era digital, serta praktik perencanaan keuangan yang mudah diterapkan.

Pelatihan optimalisasi marketplace meliputi: Pembuatan akun marketplace (Tokopedia, Shopee, dll), Optimasi konten produk (desain, deskripsi, harga, promosi), Strategi meningkatkan visibilitas dan konversi penjualan, Pelatihan perencanaan keuangan UMKM, mencakup: Pencatatan keuangan sederhana (pemasukan-pengeluaran), Penyusunan anggaran usaha, Analisis arus kas dan laporan laba rugi sederhana, Pemanfaatan aplikasi keuangan digital gratis seperti BukuWarung, Akuntansi UKM, atau Google Sheet, Pendampingan dan Monitoring, Memberikan pendampingan intensif selama 1–2 bulan untuk mendampingi UMKM mengimplementasikan materi pelatihan secara nyata., Monitoring dilakukan melalui kunjungan lapangan, grup WhatsApp/Telegram, dan sesi konsultasi mingguan, Evaluasi dilakukan untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan sebelum dan sesudah pelatihan (pre-test dan post-test), Refleksi dilakukan bersama peserta untuk mengetahui kendala dan hasil nyata selama implementasi (omzet, peningkatan penjualan, kualitas pencatatan keuangan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Optimalisasi marketplace adalah serangkaian strategi dan langkah-langkah yang dirancang untuk memaksimalkan potensi bisnis melalui platform perdagangan daring. Tujuan utama dari optimalisasi ini adalah meningkatkan visibilitas produk, menarik lebih banyak pelanggan, dan memaksimalkan pendapatan dalam lingkungan pasar digital yang kompetitif. Dalam praktiknya, optimalisasi marketplace mencakup berbagai aspek, seperti Optimalisasi Produk seperti penyusunan deskripsi produk yang jelas dan menarik, penggunaan foto berkualitas tinggi, serta penempatan produk di kategori yang sesuai agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan.

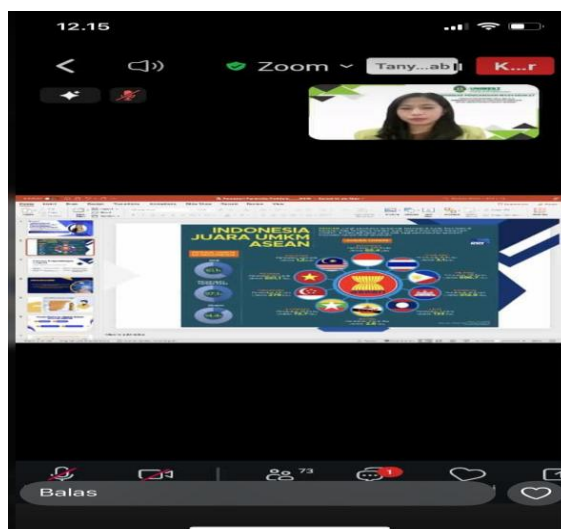
Strategi Pemasaran Digital: Menggunakan fitur-fitur promosi yang disediakan oleh marketplace, seperti iklan berbayar, diskon, dan kampanye gratis ongkir untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan. Pengelolaan Operasional: Mengelola stok secara efisien, memastikan pengiriman tepat waktu, dan memberikan layanan pelanggan yang responsif untuk membangun reputasi toko yang baik. Analisis Kinerja Penjualan dengan Memanfaatkan data yang tersedia di marketplace untuk memahami pola pembelian pelanggan, mengidentifikasi produk yang paling laku, dan menilai efektivitas strategi pemasaran. Pengelolaan Keuangan: Melibatkan alokasi anggaran promosi yang tepat, pemantauan biaya operasional, serta pengelolaan arus kas untuk memastikan bisnis tetap berjalan dengan sehat. (Sari, Faizin, and Hudori 2024) Optimalisasi marketplace tidak hanya membantu meningkatkan penjualan, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. (Rohmayanti et al. 2023) Dengan menerapkan strategi yang tepat, pelaku usaha dapat mengatasi tantangan persaingan, membangun kepercayaan pelanggan, dan memanfaatkan marketplace sebagai platform strategis untuk mencapai kesuksesan di era digital.

Di era digital yang serba cepat, strategi pengelolaan keuangan yang efektif dan inovatif menjadi kunci keberhasilan bisnis. (Rezzi Hidayati and Zaenal Wafa 2024) Pengelolaan keuangan yang terencana membantu bisnis digital menjaga kestabilan arus kas, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data. Salah satu langkah utama adalah pemisahan keuangan pribadi dan bisnis, yang memungkinkan pelaku usaha memantau secara akurat pengeluaran dan pendapatan. (Jaya 2025) Selain itu, penting untuk menggunakan aplikasi pencatatan keuangan berbasis cloud, seperti Jurnal atau QuickBooks, yang memberikan laporan keuangan real-time untuk mendukung analisis keuangan secara lebih efisien.

Inovasi dalam pengelolaan keuangan juga berperan penting. Salah satu inovasi adalah penggunaan teknologi artificial intelligence (AI) untuk analisis keuangan yang lebih canggih. AI dapat membantu memprediksi pola pengeluaran dan pendapatan, memberikan saran pengelolaan biaya, dan mendeteksi transaksi yang mencurigakan. Selain itu, blockchain mulai digunakan untuk memastikan transparansi dan keamanan dalam pencatatan transaksi digital, terutama untuk bisnis yang bergerak di bidang fintech atau perdagangan internasional. (Mahirun, 2023) Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga

membangun kepercayaan pelanggan terhadap bisnis. Evaluasi dan pelaporan keuangan secara berkala adalah langkah penting lainnya dalam pengelolaan keuangan digital yang efektif. Dengan memanfaatkan dashboard digital, perusahaan dapat melihat gambaran keseluruhan tentang kondisi keuangan mereka, termasuk indikator utama seperti margin keuntungan, rasio utang, dan arus kas operasional. Data ini membantu manajemen dalam mengidentifikasi area yang memerlukan (Rohmayanti et al. 2023) perbaikan dan merencanakan langkah strategis untuk meningkatkan kinerja bisnis. Pelaku bisnis digital telah membawa perubahan besar pada cara konsumen dan bisnis berinteraksi.

Dengan teknologi yang mudah diakses, mereka mampu memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis. Salah satu keunggulan utama adalah kecepatan dan efisiensi transaksi yang ditawarkan. Contohnya, dalam e-commerce, pelanggan dapat memilih produk, melakukan pembayaran, dan menerima barang tanpa harus keluar rumah. Selain itu, pelaku bisnis digital juga memanfaatkan data pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal, seperti rekomendasi produk berdasarkan riwayat pembelian. Transformasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen sekaligus meningkatkan daya saing bisnis. (Sari, Faizin, and Hudori 2024)



Gambar 1. Pemaparan Materi

Pemaparan materi membahas pengenalan platform marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll) termasuk cara membuat akun, mengunggah produk, dan pengelolaan etalase digital. Pelaku usaha dilatih menggunakan foto produk berkualitas, penulisan deskripsi yang menarik, dan penggunaan fitur promosi dan iklan yang ada di platform. Pelatihan juga mencakup strategi digital marketing dasar seperti penggunaan media sosial, integrasi WhatsApp, dan analisis pasar berbasis data penjualan. Sesi kedua berfokus pada perencanaan dan pencatatan keuangan sederhana, dimulai dari pemisahan uang pribadi dan bisnis. Agar marketplace digunakan secara maksimal, pelaku usaha perlu:

1. Membuat identitas brand yang kuat: Nama toko, logo, dan deskripsi yang profesional.
2. Foto produk berkualitas tinggi: Menggunakan pencahayaan dan latar belakang yang tepat.
3. Deskripsi produk informatif dan menarik: Sertakan spesifikasi, manfaat, dan keunggulan.
4. Penggunaan kata kunci (SEO marketplace): Menyesuaikan dengan kata yang dicari pelanggan.
5. Manajemen stok dan pengiriman: Memastikan keterjangkauan dan kecepatan layanan.
6. Promosi dan diskon reguler: Menggunakan fitur flash sale dan voucher diskon.
7. Respons cepat dan ulasan positif: Tanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan secara proaktif.
8. Iklan berbayar dalam platform: Meningkatkan visibilitas di halaman pencarian.

KESIMPULAN

Optimalisasi marketplace dan pengelolaan keuangan digital yang efektif dan inovatif merupakan elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan bisnis di era digital. Melalui strategi optimalisasi marketplace, pelaku bisnis dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memberikan pengalaman pelanggan yang unggul. Sementara itu, pengelolaan keuangan digital yang memanfaatkan teknologi seperti cloud computing, kecerdasan buatan (AI), dan sistem pembayaran inovatif seperti e-wallet dan blockchain memungkinkan bisnis untuk mengelola arus kas secara efisien, membuat keputusan berbasis data, serta meningkatkan keamanan transaksi. Kombinasi strategi ini membantu bisnis menghadapi tantangan seperti persaingan pasar, kebutuhan akan fleksibilitas anggaran, dan ancaman siber, sekaligus menciptakan peluang ekspansi global dan diversifikasi pendapatan. Ke depan, integrasi teknologi mutakhir dan otomatisasi akan semakin memperkuat kemampuan bisnis dalam menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, pelaku usaha tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkontribusi dalam transformasi ekonomi digital yang dinamis.

SARAN

1. Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, disarankan agar Pemerintah Kabupaten Gorontalo Utara memperkuat mekanisme kolaborasi strategis dengan pihak swasta melalui penyusunan nota kesepahaman (MoU) yang memuat tanggung jawab bersama dalam pengembangan sumber daya manusia. Pemerintah perlu memastikan bahwa kerjasama yang terjalin tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga berorientasi pada pencapaian target penyerapan tenaga kerja lokal yang konkret, terutama di sektor-sektor padat karya dan industri potensial.
2. Pemerintah daerah juga perlu meningkatkan kualitas dan cakupan program pelatihan kerja dengan menyesuaikan kurikulum pelatihan berdasarkan kebutuhan pasar tenaga kerja yang dinamis. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan pelaku industri dalam proses penyusunan modul pelatihan serta menempatkan perwakilan swasta sebagai mitra dalam proses pelatihan. Selain itu, evaluasi berkala terhadap efektivitas pelatihan perlu dilakukan agar lulusan memiliki kompetensi teknis dan non-teknis yang sesuai.
3. Disarankan pula agar pemerintah lebih aktif melakukan sosialisasi program pelatihan dan kesempatan kerja hingga ke tingkat desa dan kecamatan, khususnya melalui media yang mudah dijangkau oleh masyarakat seperti media sosial, perangkat desa, dan kerjasama dengan sekolah kejuruan atau BLK. Dengan begitu, calon tenaga kerja dari seluruh wilayah memiliki akses informasi yang merata dan dapat berpartisipasi dalam program pengembangan kompetensi secara adil dan setara.
4. Untuk sektor swasta, disarankan agar perusahaan lebih terbuka dan aktif dalam menyampaikan kebutuhan tenaga kerja, baik dari segi jumlah, bidang keahlian, maupun kualifikasi yang dibutuhkan. Perusahaan juga diharapkan berpartisipasi dalam memfasilitasi pelatihan berbasis tempat kerja (work-based learning) sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Kolaborasi dua arah ini akan memperkuat sinergi dalam menekan angka pengangguran secara berkelanjutan dan memperkuat daya saing ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, Mariani, and Paramita Poddala. 2023. *PROSPEK DIGITAL MARKETING UNTUK GENERASI MUDA DALAM BERWIRAUSAHA*.
- Jaya, Ratna. 2025. "PENGEMBANGAN MARKETPLACE LOKAL SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU UMKM." *Journal of Community Dedication* 5(2): 355–67.
- Mahirun, Anggrainy Putri Ayuningrum2, Titi Rahayu Prasetiani. 2023. "Optimalisasi Pengelolaan UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan Corresponding Author." 2(3). <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>.
- Poddala, Paramita. 2023. "MANDAR: Management Development and Applied Research Journal Analisis Literasi Keuangan Terhadap Efektivitas Akuntansi Pada UMKM Kota Makassar." 5(2).
- Poddala, Paramita, Mariani Alimuddin, and Enjelin Bine. 2024. "Analysis of Determinants of the Use of Financial Technology (E-Wallet) among Generation Z."
- Rezzi Hidayati, and Zaenal Wafa. 2024. "Optimalisasi Penjualan Dan Pengelolaan Keuangan UMKM Pedagang Melalui Pengenalan Fintech Dan Pemanfaatan Facebook Market Place." *Harmoni Sosial: Jurnal Pengabdian dan Solidaritas Masyarakat* 1(4): 158–66. doi:10.62383/harmoni.v1i4.714.
- Rohmayanti, Rohmayanti, Bonang Yusufa Rahmatian, Rifki Adhea Syahrin, Della Arifa Pitaloka, Salsabila Yasmin, and Putri Febriyani. 2023. "Pengembangan Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 8(2): 432–39. doi:10.30653/jppm.v8i2.393.
- Sari, Elok Novita, Nur Faizin, and Huda Ahmad Hudori. 2024. "Optimalisasi Marketplace Sebagai Strategi Efektif Untuk Perluasan Jaringan Pemasaran Kopi Ratu Produksi UMKM. Azka Food." *Journal of Community Development* 5(3): 688–96. doi:10.47134/comdev.v5i3.1427.