



PEMANFAATAN APLIKASI MARKET PLACE UNTUK MENINGKATKAN KEWIRAUSAHAAN UD. RENA

Oleh :

Reva Azhari Amirul Hafiz^{1✉}, Iwan Purnama², Budianto Bangun³
^{1,2,3}Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Labuhanbatu
Jl. S.M Raja No. 126 A KM 3.5 Aek Tapa, Bakaran Batu, Kec. Rantau Selatan,
Kab. Labuhanbatu, Prov. Sumatera Utara
✉e-mail: revaaazhari12@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari laporan kewirausahaan ini adalah Untuk mengetahui teknik/mekanisme pemasaran, strategi pemasaran online dan hal-hal yang menjadi penghambat serta solusi dalam meningkatkan hasil penjualan di Toko UD. RENA di dusun pulau intan kecamatan pangkatan dalam meningkatkan penjualan. Hasil laporan menunjukkan Strategi produk (product), Strategi harga (price), Strategi promosi (promotion), Strategi tempat (place), Strategi, bukti fisik (physical evidence) dan Strategi proses (process) serta kualitas pelayanan dilakukan secara maksimal oleh Toko UD. RENA sehingga hasil penjualan dapat meningkat.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Toko UD. RENA, Produk, Harga Promosi, Bukti Fisik, Hasil Penjualan

PENDAHULUAN

Kata "usaha bisnis" terbentuk dari gabungan kata "wira" yang berarti jantan atau bebas, dan "usaha" yang berarti gerakan yang dilakukan dengan kekuatan dan ingatan untuk mencapai tujuan. Spesialis keuangan dapat memulai organisasi mereka sendiri, menanggung sebagian besar bahaya, dan lebih jauh lagi menerima imbalan dari organisasi tersebut (Juliahir Barata et al., 2022 p1).

Negara kita adalah negara agraris karena merupakan negara kepulauan dengan wilayah daratan yang cukup luas untuk membantu sebagian besar penduduk. RENAuknya melalui hortikultura. Sumber daya alamnya terbentang dari Sabang sampai Merauke. Mayoritas kebutuhan dalam negeri dipenuhi oleh sektor pertanian ini.

Dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri bahwa pertanian merupakan mata pencaharian masyarakat Indonesia. Dalam model ini, petani

mengantisipasi bahwa pupuk harus menambah kesuburan tanah dan berbagai komponen serta pestisida untuk mengusir hama. Para pebisnis secara progresif membuka toko kompos dan pestisida di dekat UD. RENA Store karena jumlah peternak di Indonesia yang sangat besar. UD. RENA Store juga demikian.

RENA, yang melihat peluang di dekat desa-desa di mana sebagian besar orang bergantung pada barang-barang pertanian. Para pedagang dapat terlibat dalam persaingan sengit dengan pedagang lain dalam situasi seperti ini. Setiap pemasar harus dapat menjalankan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien karena ketatnya persaingan di dunia bisnis.

Oleh karena itu, saya, sebagai pemilik UD. RENA, melangkah maju dan membangun penawaran UD. RENA. Kami menyadari bahwa semua orang di masyarakat saat ini menggunakan Android, sebuah teknologi

digital, untuk mengakses aplikasi smartphone.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

wirausahawan, menurut Yati Suhartini (2021), adalah individu yang memiliki motivasi tinggi yang berorientasi pada tindakan dan bersedia mengambil risiko untuk mencapai tujuannya. Menurut Suwarso.2018, "kewirausahaan" dapat didefinisikan sebagai "kemampuan untuk mencari peluang untuk dapat menciptakan atau menemukan hal baru untuk mendapatkan keuntungan." Profil seorang wirausahawan mencakup karakteristik berikut: percaya diri dan optimis, berorientasi pada tujuan yang berorientasi pada tugas dan hasil, bersedia mengambil risiko dan menyukai tantangan, berjiwa kepemimpinan, keorisinilan, dan berpandangan jauh ke depan.

Electronic Commerce

E-commerce Ungkapan "bisnis elektronik" menyinggung siklus di mana organisasi memanfaatkan web untuk menawarkan barang dan administrasi kepada klien. Dengan menggunakan bisnis berbasis web, pedagang dapat mengelola pertukaran perdagangan secara online tanpa harus bertemu langsung (zhiaul fajar, 2023). Komunitas bisnis adalah salah satu bagian dari organisasi online yang menyediakan pengirim dengan area untuk mengoordinasikan pertukaran perdagangan melalui internet.

Terlepas dari cara Lazada mendapatkan tamu terbanyak ke halaman web tempat bisnisnya pada tahun 2017, Menurut Kozinets, R., bisnis online adalah teknik yang paling terkenal untuk membeli, menjual, menukar, atau memindahkan administrasi atau informasi melalui jaringan PC melalui web.

Menurut LaUD. RENAon, e-commerce adalah proses konsumen dan bisnis menggunakan komputer sebagai perantara

bisnis untuk membeli dan menjual barang atau jasa secara elektronik. *e-commerce* adalah *world wide web (www)* internet(Shabur Miftah Maulana, et el 2015).

Marketplace

Marketplace Komunitas bisnis adalah prosedur luar biasa yang muncul dengan kemajuan pesat dalam bidang TI. Pusat komersial dibangun dengan tujuan tunggal untuk mengembangkan strategi bisnis semaksimal mungkin untuk meningkatkan kelangsungan hidup dan produktivitas mereka. Karena tidak ada batasan yang ditentukan oleh waktu, jarak, atau ruang, setiap orang pasti dapat memperdagangkan barang yang tersedia dengan cepat, murah, dan tanpa kesulitan. Pasar secara teratur memenuhi berbagai kebutuhan, mengintegrasikan kerja sama dan memberikan konstruksi.

Meskipun demikian, untuk bekerja sama dalam perdagangan, tempat kerja virtual diharapkan dalam komunitas bisnis. Rini yusnita dkk. menunjukkan hal ini. Menurut laporan tahun 2017, Marketplace adalah platform transaksi bisnis yang membuat UD. RENA bahkan pembeli dan penjual untuk menjual informasi atau barang secara online.

Shopee

Pada tahun 2018, Shopee meraih kesuksesan dengan menduduki posisi teratas dalam kompetisi e-commerce di Asia Tenggara. Temuan survei Tech in Asia, yang mengkonfirmasi kekuatan signifikan Shopee di pasar bisnis online (Nurul giswi karomah, dkk., 2022), juga memberikan kepercayaan diri pada posisi Shopee di peringkat tersebut.

Di Indonesia, aplikasi ini aktif pada akhir Juni 2015. Jumlah transaksi yang dibukukan pada kuartal ketiga tahun 2018 mencapai US\$ 2,7 miliar, atau setara dengan Rp 39,4 triliun, menunjukkan pesatnya pertumbuhan Shopee yang masih dalam tahap

awal. Jika dibandingkan dengan periode waktu yang sama di tahun 2017, ketika jumlah yang dibukukan sekitar US\$ 1,1 miliar, hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 152,7%.

Media Komunikasi

Menurut Astri Rumondang Banjarnahor dkk. 2021, media adalah sarana yang digunakan orang untuk mengkomunikasikan isi jiwa atau kesadaran mereka. Dengan kata lain, medium adalah cara untuk menyampaikan isi jiwa manusia.

Media yang dapat dilihat dan didengar secara bersamaan termasuk dalam kelompok ini, yang merupakan kombinasi dari kelompok pertama dan kedua. Selain itu, media dapat dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan jenis kehadirannya, yaitu media kontemporer dan media tradisional.

Karena perkembangan yang inovatif dan logis, kehadiran media telah berdampak pada jalannya korespondensi secara fungsional, terutama bagian-bagian korespondensi yang berbeda. Orang dapat berbagi informasi satu sama lain dan mencapai tujuan tertentu dengan lebih mudah berkat media komunikasi.

Komponen-komponen media korespondensi baru adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas distribusi data;
2. Peningkatan keberadaan informasi; dan
3. Mengajarkan, mengarahkan, dan mempengaruhi
4. Menggembirakan, menyenangkan, dan membahagiakan Kontrol sosial (Sri Narti, 2016).

Komunikasi Pemasaran

Komunikasi merupakan hal yang rumit karena banyak faktor. Para pelaku yang terlibat dalam komunikasi pesan-yang meliputi bentuk, isi, dan cara pencapaiannya-saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, dan hasil yang terjadi, serta kondisi dan situasi di mana proses komunikasi

itu berlangsung adalah faktor-faktor yang dimaksud.

Pemasaran adalah suatu aktivitas, serangkaian instruksi, dan serangkaian proses yang mencakup pembuatan, pengiriman, dan pertukaran penawaran yang bernilai kepada mitra, pelanggan, dan masyarakat secara keseluruhan. Menurut Cita Fairuzah Lutfin (2020), kampanye periklanan memerlukan bauran pemasaran yang menggabungkan keempat elemen tersebut.

Para ahli dalam penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran (juga dikenal sebagai bauran pajangan) untuk mengetahui bauran promosi, yang terdiri dari mempublikasikan, mengikuti siklus pertukaran, menjalin hubungan dengan pelanggan dengan mengamati secara cermat persyaratan dan kebutuhan mereka, memproduksi barang (benda) yang memuaskan kebutuhan pelanggan, menawarkan barang tersebut dengan harga (biaya) tertentu, dan mengangkutnya agar tersedia di lokasi (tempat) yang menjadi pasar bagi barang yang dipajang.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Di setiap negara, perluasan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merupakan prioritas utama. Setiap negara menitikberatkan pada kemajuan. UMKM juga berkontribusi pada ekspansi moneter negara. pekerjaan dalam pekerjaan individu di area kasual dan distribusi gaji area lokal yang adil, terutama di distrik. keuntungan area lokal, terutama di wilayah provinsi.

Hal ini merupakan hasil langsung dari komitmen UMKM yang sangat besar terhadap negara, khususnya di bidang sosial dan keuangan. Oleh karena itu, berbagai proyek dan strategi pendukung telah dikembangkan dan diimplementasikan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung perluasan UMKM dalam jangka panjang.

Toko UD. RENA

Untuk memenuhi kebutuhan petani dan penduduk setempat, toko RENA menjual pupuk dan racun. Ada berbagai macam pupuk dan racun yang sUD. RENAah tersebar di seluruh penjuru negeri, sehingga semua orang membutuhkan bisnis seperti ini. Masyarakat membutuhkan toko UD. RENA, yang menawarkan barang murah di peternak dan dekat dengan daerah tersebut.

Masyarakat Indonesia biasanya membutuhkan pupuk dan racun kimia, seperti pupuk sayuran, pupuk rumput, pestisida, racun rumput, bibit sayuran, dan peralatan pertanian. Perdagangan, atau jual beli, tidak dapat dipisahkan dari kegiatan sosial sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan petani. Perubahan bisnis ritel pada dasarnya mempengaruhi tugas-tugasnya, yang membutuhkan aktivitas fungsional yang lebih kuat dan peningkatan aset di toko.

1. Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik wirausahawan tidak sepenuhnya digambarkan oleh pelaku UMKM. Salah satunya adalah kemampuan mengorganisir usaha. Keinginan untuk berprestasi, kerinduan akan kewajiban, penjelasan tentang bahaya yang sedang terjadi, kesan akan kesempatan untuk maju, kegairahan akan kritik, latihan yang lincah, arah ke masa depan, kemampuan dalam pergaulan, dan sikap terhadap uang tunai, menurut Wiratmo (2001:24), merupakan sifat-sifat yang dimiliki oleh para pengusaha.

karakteristik yang dimiliki oleh wirausahawan adalah sebagai berikut:

- Rasa tanggung jawab (a desire for responsibility), yaitu rasa tanggung jawab atas tindakan seseorang.
- Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berdedikasi tinggi dan

- Keyakinan akan kemampuan diri (confidence in one's capacity to succeed), dan lebih khusus lagi keyakinan akan kemampuan diri untuk berhasil.

2. Keuntungan Dan Kerugian Kewirausahaan.

Menurut Lambing dan Kuehl dalam Suryana (2014:112), keuntungan dan kerugian dari kewirausahaan sebanding dengan usaha kecil yang dimiliki secara mandiri.

- Kebebasan Manajemen bebas dan tidak dibatasi, tetapi wirausahawan menjadi "bos" yang puas.
- Motivasi untuk mengatasi kesulitan awal dan rasa pencapaian
- Manajemen keuangan Wirausahawan dapat mengontrol uang mereka dan merasa seperti memilikinya, yang bisa sangat memotivasi mereka. Manfaat dari tantangan awal atau perasaan motivasi yang tinggi bisa sangat memotivasi para pengusaha.

3. Analisis Pelayanan Toko UD. RENA

Pelayanan adalah tindakan memuaskan kebutuhan orang lain secara langsung, dan pemilik bisnis berusaha untuk memenuhi kebutuhan klien mereka semaksimal mungkin. Pasar Sekampung memiliki sekitar lima toko pupuk. Berbagai faktor mempengaruhi perilaku konsumen terhadap layanan. Pelanggan akan memeriksa apakah layanan yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Gambaran Umum Bentuk Usaha

1. Data Umum *Online Shop* Pupuk UD. RENA

UD. RENA berdiri sejak tahun 2015. Reva Azhari Amirul Hafiz adalah nama pemilik atau pelopor toko ini, pada tahun 2024 Reva Azhari Amirul Hafiz mulai berjualan pupuk dan pestisida ke dunia usaha, khususnya Shopee. Pada tanggal 4 November 2001, lahirlah Kakak beradik Reva Azhari Amirul Hafiz di Pangkatan. Ia merintis usahanya dengan modal dari orang tuanya.

Kakak beradik Reva Azhari Amirul Hafiz bercita-cita untuk membuka toko dengan berbagai macam produk agar warga Dusun Pulau Intan, Kota Tanjung Harapan, Kabupaten Pangkatan tidak perlu jauh-jauh untuk mencari kebutuhan hortikultura. Ia pertama kali melihat warga Dusun Pulau Intan, Kota Tanjung Harapan, Kabupaten Pangkatan, berbelanja sejauh 15 kilometer untuk mengatasi masalah di pedesaan dan ada juga yang memanfaatkannya untuk membersihkan halaman rumah warga.

Kakak Reva merupakan pemilik tunggal toko ini pada awalnya. Meskipun demikian, karena bisnis ini berkembang pesat dalam jangka panjang, SaUD. RENAara Reva memutuskan pada tahun 2024 untuk membuka akun Shopee karena jadwalnya sering kali berbenturan dengan jadwal bicaranya. Dipercaya bahwa dengan mengikuti akun Shopee, penjualan akan meningkat dalam jangka panjang..

Toko UD. RENA terletak Dusun Pulau Intan, Jalan Bsar Tanjung Harapan, Desa Tanjung Harapan, Pangkatan, KAB. LABUHAN BATU, PANGKATAN, SUMATERA UTARA, ID, 21477.

2. Struktur Kepegawaian *Online Shop* Pupuk UD. RENA

Toko online Pupuk UD. RENA saat ini benar-benar dikelola secara mandiri oleh pemiliknya. Ibu Reva, Rohani, turut

mendampinginya mengembangkan usahanya hingga mampu memenuhi pesanan dari para pelanggan Shopee. Pengelolaan usaha ini dilakukan langsung oleh Reva atau pemilik toko online Pupuk RENA untuk pengurus atau penanggung jawab toko ini. Selain mendampingi Reva selama menyetrিকা barang untuk para pelanggannya, Ibu Reva juga turut membantu mengelola keuangan toko online Pupuk RENA di pusat perbelanjaan Shopee.

3. Landasan Badan Hukum Usaha



4. Jam Operasional

Jadwal operasional UMKM Toko UD. RENA. Hari Minggu merupakan hari libur bagi toko online RENA, namun pesanan yang dilakukan pada hari Minggu akan dikirim pada hari Senin. Toko buka dari pukul 08.00 hingga 18.00. Toko buka dari hari Senin hingga Sabtu, dan dari pukul 08.00 hingga 17.00 pada hari Sabtu.

5. Jenis Produk

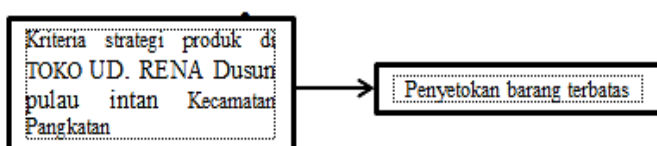
No	Nama Barang	Harga	No	Nama Barang	Harga
1	Npk 16-16-16	Rp.800.000	20	Kresban	Rp.18.000
2	Za	Rp.350.000	21	Curacron	Rp.35.000
3	Urea	Rp.450.000	22	Gandasil D/B	Rp.15.000
4	Magnesium Butiran	Rp.110.000	23	Bibit Timun	Rp.20.000
5	Magnesium Abu	Rp.70.000	24	Parlit	Rp.18.000
6	Garam	Rp.200.000	25	Bibit Kangkung 1 Kg	Rp.45.000
7	M100	Rp.45.000	26	Semprot Mini	Rp.18.000
8	Smart	Rp.75.000	27	Nozel	Rp.2.000
9	Gramoxone	Rp.85.000	28	Tangan Semprot	Rp.18.000
10	Topikusat	Rp.75.000	29	Piston	Rp.20.000
11	Upperquat	Rp.70.000	30	Klep Semprot	Rp.10.000
12	Smart Ifel	Rp.275.000			
13	Basmi Kumpot	Rp.210.000			
14	Rhodamine B	Rp.55.000			
15	Rhodamine K	Rp.57.000			
16	Winson	Rp.80.000			
17	Garlon K	Rp.33.000			
18	Decis B	Rp.55.000			
19	Decis K	Rp.20.000			

6. Modal awal Toko UD. RENA.

Pembangunan toko UD. RENA memakan waktu satu bulan, dan masing-masing dua orang karyawan menerima gaji sebesar Rp. 10.000.000. Bahan baku dan modal awal untuk membeli racun dan pupuk sebesar Rp. 25.000.000. Selanjutnya, pembiayaan pokok untuk pembangunan UD. RENAs sebesar Rp. 55.000.000

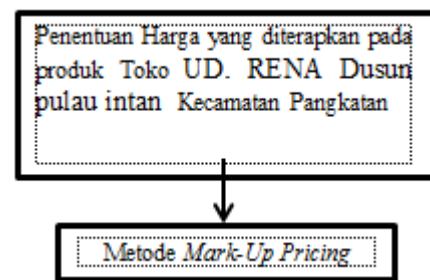
Hasil Dan Pembahasan

Hasil Laporan Kewirausahaan Strategi Produk

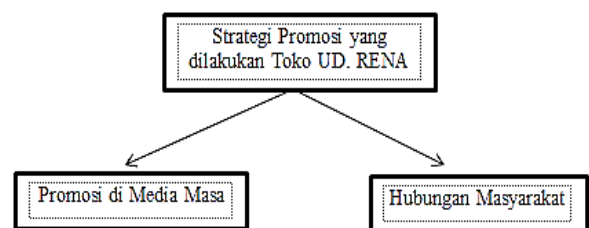


Gambar 4.3. Strategi Produk di Toko UD. RENA

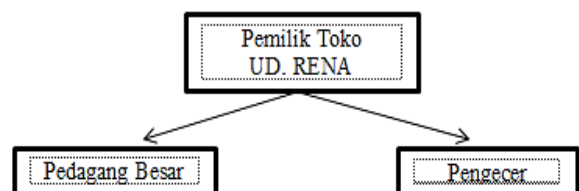
Strategi Harga



Strategi Promosi

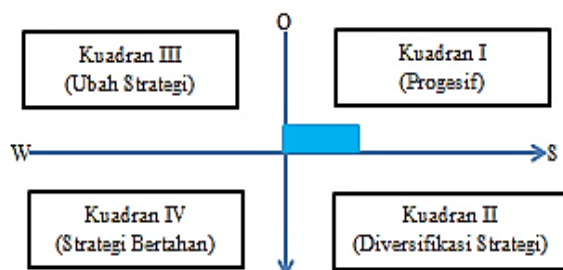


Strategi Tempat



Hasil yang didapat setelah melakukan analisis SWOT adalah kondisi atau situasi pada Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan sekarang digambarkan dalam kuadran SWOT dan usulan alternatif strategi yang mungkin menjadi pertimbangan kedepannya oleh pemilik Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan. Hasil tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

Kwadrant SWOT



Posisi bisnis penjualan pada Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan berada pada kuadran 1 yang berarti pada situasi ini Toko UD. RENA berada dalam situasi yang progresif atau situasi yang sangat menguntungkan yang dimana Toko UD. RENA memiliki peluang dan kekuatan yang baik. Hal ini harus didukung oleh perkembangan dan peningkatan strategi dalam pertumbuhan bisnis, dengan penjabaran inisial sebagai berikut :

Matriks SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan telah didapatkan alternatif usulan terkait strategi penjualan bagi Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan yang dapat diterapkan kedalam bisnis usaha. Berikut ini merupakan usulan alternative bagi Toko UD. RENA :

Strategi S-O

Strategi SO (Strengths-Opportunities) Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Jika perusahaan memiliki banyak kelemahan, berarti perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat.

Strategi S-T

Menjaga kualitas produk yang dijual, Menjaga kualitas bisnis pada penjualan dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk, Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan maupun mitra toko, Hubungan penjual dan pembeli serta agen harus dibangun

dengan baik agar terikat dengan rasa nyaman pembeli agar menjadikan pembeli menjadi pelanggan, Meningkatkan penjualan dan menjaga kestabilan harga, Penjualan akan meningkat apabila sejalan dengan pengembangan pasar yang dilakukan oleh Toko UD. RENA hal ini akan berbanding lurus dengan pemasaran yang meningkat maka nilai penjualan juga meningkat.

Strategi W-T

Meningkatkan penjualan menggunakan *e-commerce*. *E-Commerce* merupakan media jual beli yang dilakukan secara *online* dan dapat mengembangkan sebuah usaha. Toko UD. RENA merupakan UMKM yang menjual berbagai kebutuhan pokok yang belum menggunakan *e-commerce* dan *market place*. Oleh karena itu Toko UD. RENA dapat memulai menggunakan *market place* dan *e-commerce* untuk mendorong penjualan.

Pembahasan

Analisis Strategi Pemasaran DiToko UD. RENA

Strategi yang diterapkan pada Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan menggunakan strategi pemasaran 6P yang meliputi tujuh variabel yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*, *process* dan *physical evidence*. Secara lebih rinci penerapan dari strategi pemasaran yang dijalankan pada Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan dalam mempertahankan usaha dapat diuraikan sebagai berikut :

Product (Produk)

Produk yang disediakan di Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan antara lain, bibit sayur, obat cacing lembu, pupuk buah, pupuk daun, dan peralatan pertanian. Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan sangat menjaga kualitas dalam menjual Racun hama, bibit sayur, pupuk

tanaman, dan peralatan pertanian serta mempunyai berbagai macam variasi. Produk pupuk (npk, ZA, Urea, m100, dll), produk bibit (kangkung, terong ungu, timun, bayam sawi, dll), produk racun hama, decis, curacron, regent, dll dan produk peralatan pertanian (fiber, semprot, semprot tanaman, dll).

Price (Harga)

Proses penetapan harga jual harus memperhatikan berbagai aspek karena akan memberikan implikasi yang luas bagi pihak lain, seperti pembeli, pesaing, dan perusahaan itu sendiri. Penetapan harga yang dilakukan Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan dengan menghitung total modal untuk membeli produk sebesar Rp. 22.000.000, Setiap 3 bulan, Laba bersih setiap tahun yang didapatkan Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan sebesar Rp. 13.000.000, biaya transport Rp. 300.000, sampai dengan Rp. 400.000, per 3 bulan untuk 3 orang setiap menurunkan pupuk. Harga jual yang ditetapkan Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan berdasarkan label harga yang tertera di setiap kemasan. Pemberian potongan harga atau diskon yang ditetapkan bersifat fleksibel, dalam arti tidak berdasarkan standar, namun tergantung dari masing-masing *supplier* setiap produk.

Promotion (Promosi)

Strategi promosi yang dilakukan Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan dengan alokasi dana sebesar Rp. 100.000.

Adapun kegiatan promosi perusahaan Toko \ UD. RENA Dusun pulau intan Padang Kecamatan Pangkatan adalah *face to face dan medsos*.

Place (Tempat)

Strategi tempat yang diterapkan di Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan

Pangkatan sudah cukup bagus, dekat dengan pemukiman warga dan dekat dengan jalan raya membuat konsumen lebih mudah untuk mengunjungi Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan. Sama dengan Toko lain Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan juga memiliki tempat yang strategis, nyaman dan aman.

Process (Proses)

Penerapan strategi process, Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan sudah menerapkannya dengan baik. Dapat dilihat pada proses tata letak ruangan antara lain :

- pupuk berada disebelah kanan ruangan
- peralatan pertanian berada dibagian kiri atas ruangan
- pupuk eceran, bibit dan racun hama berada disebelah kiri dekat dengan kasir
- terdapatnya tempat duduk didepan toko untuk menunggu
-

Physical Evidence (Bukti Fisik)

Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli dan memilih produk langsung di Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan dengan menyediakan produk beserta nama dan harga produk. Tampilan Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan juga tertata dengan rapi dan menarik dengan warna putih sehingga toko terlihat bersih dan cerah. Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan menjaga kebersihan tempat agar menghindari kerusakan pada produk-produk yang dijual serta menambah kenyamanan konsumen saat melakukan transaksi pembelian produk.

Analisis Kualitas Pelayanan Di Toko UD. RENA

Konsep Pertama yang ditemukan adalah kualitas pelayanan di Toko UD. RENA Dusun pulau intan yang ditunjukkan dari peraturan-peraturan yang mengatur berbagai tindakan yang dilakukan oleh owner pada saat bekerja di Toko UD. RENA Dusun pulau intan seperti mengatur tentang sarana prasarana, penampilan, pelayanan yang dilakukan, dan lain sebagainya.

Toko UD. RENA memberikan kualitas pelayanan pegawai yang digunakan sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan, mengarahkan disiplin dalam bekerja dan sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

Analisis Permasalahan Hambatan dan Solusi Pemasaran Di Toko UD. RENA

Hambatan yang terjadi adalah berkenaan dengan kualitas pelayanan yang diterapkan di Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan, untuk mengetahui kualitas pelayanan di Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan saat ini, peneliti menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan publik yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk dan Hardiansyah, yaitu *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati).

Laporan Keuangan Toko UD. RENA

Adapun laporan keuangan dari Toko UD. RENA, berdasarkan perhitungannya sebagai berikut :

Tabel 4.1

Laporan Keuangan Tahun 2022

Bulan	Jumlah
Januari	Rp. 4.000.000
Februari	Rp. 1.000.000
Maret	Rp. 900.000
April	Rp. 3.800.000
Mei	Rp. 3.300.000
Juni	Rp. 1.300.000
Juli	Rp. 800.000
Agustus	Rp. 3.000.000
September	Rp. 3.000.000
Oktober	Rp. 3.000.000
November	Rp. 2.000.000
Desember	Rp. 2.200.000
Total	Rp.30.300.000

Sumber : Toko UD. RENA

Tabel 4.2

Laporan Keuangan Tahun 2023

Bulan	Jumlah
Januari	Rp. 3.000.000
Februari	Rp. 3.000.000
Maret	Rp. 3.000.000
April	Rp. 1.200.000
Mei	Rp. 3.800.000
Juni	Rp. 1.000.000
Juli	Rp. 2.300.000
Agustus	Rp. 2.800.000
September	Rp. 3.000.000
Oktober	Rp. 3.200.000
November	Rp. 1.000.000
Desember	Rp. 4.300.000
Total	Rp.35.800.000

Sumber : Toko UD. RENA

Kesimpulan

Teknik/mekanisme pemasaran di Toko UD. RENA menggunakan aplikasi WhatsApp & Instagram sebagai media promosi online dan shopee sebagai *marketplac.e* ada pun promosi offline yg di gunakan di Toko UD. RENA adalah promosi face to face .

Strategi promosi yang di gunakan Toko UD. RENA adalah:

Strategi produk (*product*), Strategi harga (*price*), Strategi promosi (*promotion*), Strategi tempat (*place*), Strategi buki fisik (*physical evidence*), Strategi proses (*process*).

Kualitas pelayanan sebagai salah satu hambatan yang diterapkan Toko UD. RENA Dusun pulau intan Kecamatan Pangkatan mencakup 5 unsur dimensi antara lain :

Kualitas pelayanan (*tangibels*), Kualitas pelayanan (*Reliability*), Kualitas pelayanan (*Responsives*),

Daftar Referensi

Suhartini, Yati. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul

	Jurnal Arjuna : Aplikasi Riset Jaringan dan Komputer Volume 2, Number 3, Juli 2024 (Halaman 100-109) DOI : https://doi.org/10.5281/zenodo.13131938	e-ISSN : 3032-7229
---	--	--------------------

Yogyakarta." *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 18.2 (2021).

Fitriana, Fatma, and Sri Yanthy Yosepha. "PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE OPPO DI SHOPEE WILAYAH JAKARTA TIMUR." *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 3.3 (2023): 224-236.

Banjaranahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., ... & Hasyim, H. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Hidayat Taufik, *Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce* (Jakarta: Media Kita, 2008)

Kozinets, R. V., dkk. *Networked Narratives: Understanding Word-Of-Mouth Marketing in Online Communities*, *Journal of Marketing*, Vol.74 No.2, 2010

Shabur Miftah Maulana, dkk. *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29 No.1, Desember 2015, 3.

Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi, *Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19*, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol.9 No.2, 2020, 116.

Aufar Perantauan, *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah Dalam Transaksi E-Commerce* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018) 10

Iwan Sidharta dan Boy Suzanto, *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Pada E-Commerce*, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.9 No.1, Juni 2015

Rini Yustiani dan Rio Yunanto, *Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi*, *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, Vol.6 No.2, Oktober 2017.