



## Strategi Digital: Peran Marketplace dalam Memasarkan Peralatan Peraga Pendidikan Kejuruan di Kota Makassar

<sup>1\*</sup> Wulan Purnamasari, <sup>2</sup>Wahyudi

<sup>(1)</sup>Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Negeri Makassar

<sup>(1)</sup>Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

E-mail: [1wulan.purnamasari@unm.ac.id](mailto:wulan.purnamasari@unm.ac.id), [2wahyudi@unm.ac.id](mailto:wahyudi@unm.ac.id)

### ABSTRAK

Penggunaan platform marketplace telah menjadi strategi yang semakin populer dalam dunia bisnis, termasuk dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran penggunaan marketplace dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan di Kota Makassar. Melalui metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk wawancara dengan penjual dan pembeli, serta analisis data penjualan dari beberapa marketplace terkemuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan marketplace memberikan berbagai manfaat signifikan, seperti jangkauan pasar yang lebih luas, peningkatan visibilitas produk, dan efisiensi dalam proses transaksi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa keberadaan marketplace membantu para pelaku usaha kecil dan menengah di sektor pendidikan kejuruan untuk bersaing di pasar yang lebih besar dan lebih kompetitif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan marketplace berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar, serta memberikan rekomendasi strategi bagi pelaku usaha untuk memaksimalkan potensi penjualan melalui platform digital ini.

**Kata Kunci:** Marketplace, Penjualan, Peralatan Peraga, Pendidikan Kejuruan, Makassar

### ABSTRACT

The use of marketplace platforms has become an increasingly popular strategy in the business world, including in the sale of vocational education teaching aids. This study aims to explore the role of marketplace use in increasing sales of educational teaching aids in Makassar City. Through qualitative and quantitative research methods, data was collected from various sources, including interviews with sellers and buyers, as well as analysis of sales data from several leading marketplaces. The results show that the use of marketplaces provides various significant benefits, such as wider market reach, increased product visibility, and efficiency in the transaction process. In addition, this study found that the existence of marketplaces helps small and medium enterprises in the vocational education sector to compete in a larger and more competitive market. The conclusion of this study is that the use of marketplaces plays an important role in supporting the growth and development of sales of vocational education teaching aids in Makassar City, and provides recommendations for strategies for businesses to maximize sales potential through this digital platform.

**Keywords:** Marketplace, Sales, Equipment, Vocational Education, Makassar

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan era digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi pendorong utama dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pendidikan dan bisnis. Salah satu fenomena yang menonjol adalah munculnya platform marketplace yang telah merevolusi cara berbisnis dan bertransaksi [1]. Marketplace memungkinkan penjual dan pembeli untuk bertemu secara virtual, memudahkan proses jual beli tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Di Indonesia, penggunaan marketplace telah berkembang pesat dan mencakup berbagai jenis produk, termasuk peralatan peraga pendidikan [2]. Peralatan peraga pendidikan kejuruan adalah komponen penting dalam proses pembelajaran, terutama di era industri 4.0 yang menuntut keterampilan teknis dan praktis yang tinggi [3]. Peralatan ini membantu siswa memahami konsep-konsep abstrak melalui visualisasi dan praktik langsung. Namun, penyediaan peralatan peraga pendidikan kejuruan sering menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan anggaran, kurangnya akses terhadap penyedia peralatan, dan kesulitan dalam menemukan produk yang sesuai dengan kurikulum dan kebutuhan siswa.

Kota Makassar, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki sejumlah sekolah kejuruan yang terus berupaya meningkatkan kualitas pendidikan mereka. Dalam konteks ini, marketplace dapat berperan penting dalam mendukung penjualan dan distribusi peralatan peraga pendidikan. Melalui marketplace [4], sekolah dan lembaga pendidikan dapat dengan mudah menemukan berbagai produk yang diperlukan, membandingkan harga, dan melakukan pembelian dengan lebih efisien. Selain itu, marketplace juga memberikan kesempatan bagi produsen lokal untuk memperluas pasar mereka dan bersaing dengan penyedia peralatan dari daerah lain. Penelitian ini berfokus pada peran penggunaan marketplace dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar [5]. Dengan memahami bagaimana marketplace dapat mempengaruhi penjualan dan distribusi peralatan ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi para pemangku kepentingan dalam sektor pendidikan dan bisnis, serta memberikan rekomendasi strategi yang efektif untuk memaksimalkan potensi penggunaan marketplace [6].

Era globalisasi dan digitalisasi saat ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memainkan peran krusial dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor pendidikan dan bisnis. Transformasi digital yang cepat telah mengubah cara kita belajar [7], bekerja, dan berbisnis [8]. Pendidikan tidak lagi terbatas pada ruang kelas fisik, melainkan telah meluas ke platform digital yang memungkinkan akses pembelajaran yang lebih fleksibel dan adaptif [9]. Demikian pula, bisnis telah berevolusi dengan munculnya e-commerce, yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online tanpa terbatas oleh jarak geografis.

Konteks pendidikan saat ini terutama pendidikan kejuruan, peralatan peraga memiliki peran penting dalam mendukung proses pembelajaran [10]. Peralatan peraga pendidikan kejuruan mencakup berbagai alat dan bahan yang digunakan untuk memvisualisasikan konsep-konsep teknis dan praktis yang diajarkan di kelas. Misalnya, dalam bidang otomotif, peralatan peraga dapat berupa model mesin atau komponen kendaraan yang digunakan untuk demonstrasi dan praktik [11]. Dalam bidang teknologi informasi, peralatan peraga dapat berupa perangkat keras komputer atau jaringan yang digunakan untuk latihan konfigurasi dan pemeliharaan.

Peralatan peraga ini membantu siswa memahami materi secara lebih mendalam melalui pengalaman langsung [12]. Penggunaan peralatan peraga yang tepat dapat meningkatkan pemahaman siswa, keterampilan praktis, dan kesiapan mereka untuk memasuki dunia kerja [13]. Oleh karena itu, penyediaan peralatan peraga yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan kurikulum menjadi prioritas bagi sekolah-sekolah kejuruan.

Marketplace, sebagai platform e-commerce yang menghubungkan penjual dan pembeli secara online, telah muncul sebagai solusi potensial untuk mengatasi beberapa tantangan tersebut. Marketplace memungkinkan penjual untuk memasarkan produk mereka ke audiens yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi fisik. Bagi pembeli, marketplace menawarkan kemudahan dalam mencari, membandingkan, dan membeli produk dari berbagai penjual di satu tempat [14]. Di Indonesia, popularitas marketplace terus meningkat, dengan platform seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada menjadi pilihan utama bagi konsumen [15]. Marketplace menyediakan berbagai kategori produk, termasuk peralatan peraga pendidikan kejuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran penggunaan marketplace dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar [16]. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana marketplace dapat memfasilitasi dan meningkatkan efisiensi pengadaan peralatan peraga, serta memberikan rekomendasi strategi bagi para pemangku kepentingan dalam sektor pendidikan dan bisnis di Makassar.

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar.
2. Menganalisis dampak penggunaan marketplace terhadap volume dan jangkauan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan.
3. Menilai persepsi dan pengalaman pengguna (penjual dan pembeli) terkait transaksi melalui marketplace.
4. Menyusun rekomendasi strategi bagi pelaku usaha dan lembaga pendidikan dalam memanfaatkan marketplace untuk meningkatkan penjualan dan distribusi peralatan peraga pendidikan.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana karakteristik penggunaan marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan lembaga pendidikan untuk membeli peralatan peraga pendidikan melalui marketplace?
3. Seberapa besar pengaruh penggunaan marketplace terhadap peningkatan volume penjualan peralatan peraga pendidikan?

4. Apa saja keuntungan dan kendala yang dihadapi oleh penjual dan pembeli dalam transaksi melalui marketplace?
5. Bagaimana strategi yang efektif untuk memaksimalkan penggunaan marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan?

#### **Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

1. Subjek Penelitian: Penjual peralatan peraga pendidikan kejuruan yang menggunakan platform marketplace, serta pembeli yang terdiri dari sekolah-sekolah kejuruan dan lembaga pendidikan di Kota Makassar.
2. Lokasi Penelitian: Kota Makassar, sebagai salah satu kota besar dengan perkembangan pendidikan kejuruan yang signifikan.
3. Waktu Penelitian: Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu enam bulan, dari Januari hingga Juni 2024.
4. Metode Penelitian: Menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) yang melibatkan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara mendalam dan survei kuantitatif.

#### **Batasan penelitian ini meliputi:**

1. Keterbatasan Data: Keterbatasan akses terhadap data penjualan yang lengkap dan rinci dari platform marketplace.
2. Responden: Terbatas pada penjual dan pembeli yang bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini, yang mungkin tidak mencerminkan seluruh populasi pengguna marketplace di Makassar.
3. Generalitas Hasil: Hasil penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke kota-kota lain di Indonesia dengan karakteristik yang berbeda.

#### **Signifikansi Penelitian**

1. Akademis: Menambah literatur tentang penggunaan marketplace dalam sektor pendidikan, khususnya dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan.
2. Praktis: Memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan lembaga pendidikan untuk memaksimalkan penggunaan marketplace.
3. Kebijakan: Menyediakan informasi yang dapat digunakan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan yang mendukung digitalisasi dan efisiensi dalam sektor pendidikan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai peran penggunaan marketplace dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Pendekatan campuran dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber serta memanfaatkan kekuatan masing-masing metode untuk mengatasi keterbatasan yang mungkin timbul jika hanya menggunakan satu metode saja.

#### **Pengumpulan Data Kualitatif:**

- **Wawancara Mendalam:** Wawancara mendalam dilakukan dengan para pelaku usaha yang menjual peralatan peraga pendidikan kejuruan melalui marketplace dan dengan perwakilan dari sekolah-sekolah kejuruan di Kota Makassar yang menggunakan marketplace untuk membeli peralatan tersebut. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan tantangan yang dihadapi oleh penjual dan pembeli dalam penggunaan marketplace.
- **Observasi:** Observasi langsung terhadap aktivitas jual beli di beberapa marketplace dilakukan untuk memahami proses transaksi, interaksi antara penjual dan pembeli, serta strategi pemasaran yang digunakan oleh penjual.

#### **Pengumpulan Data Kuantitatif:**

- **Survei:** Survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden mengenai penggunaan marketplace dalam pembelian peralatan peraga pendidikan kejuruan. Survei ini disebarluaskan kepada sekolah-sekolah kejuruan di Kota Makassar dan mencakup pertanyaan tentang frekuensi penggunaan marketplace, jenis peralatan yang dibeli, tingkat kepuasan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- **Analisis Data Marketplace:** Data penjualan dari beberapa marketplace terkemuka dianalisis untuk melihat tren penjualan, volume penjualan, dan jangkauan pasar peralatan peraga pendidikan kejuruan.

## Teknik Pengumpulan Data

### Wawancara Mendalam:

- **Instrumen:** Panduan wawancara yang disusun berdasarkan tujuan penelitian dan literatur terkait.
- **Sampel:** Pemilihan responden dilakukan secara purposive sampling, di mana peneliti memilih individu yang dianggap memiliki informasi yang relevan dan mendalam tentang topik penelitian.

### Survei:

- **Instrumen:** Kuesioner yang dirancang dengan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup digunakan untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat diukur, sementara pertanyaan terbuka digunakan untuk mendapatkan wawasan kualitatif tambahan.
- **Sampel:** Responden survei dipilih secara random sampling dari populasi sekolah-sekolah kejuruan di Kota Makassar.

### Observasi:

- **Instrumen:** Catatan observasi dan lembar observasi yang digunakan untuk mencatat temuan selama proses observasi langsung di marketplace.

## Teknik Analisis Data

### Analisis Data Kualitatif:

- **Koding dan Kategorisasi:** Data dari wawancara mendalam dan observasi dianalisis menggunakan metode koding dan kategorisasi untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan pola-pola yang muncul.
- **Analisis Tematik:** Analisis tematik digunakan untuk mengeksplorasi tema-tema utama yang berkaitan dengan peran marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan.

### Analisis Data Kuantitatif:

- **Statistik Deskriptif:** Data survei dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan frekuensi penggunaan marketplace, jenis peralatan yang paling banyak dibeli, tingkat kepuasan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- **Analisis Inferensial:** Analisis inferensial, seperti uji korelasi dan regresi, digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi penggunaan marketplace.

### Validitas Data Kualitatif:

- **Triangulasi:** Triangulasi metode dan sumber data dilakukan untuk memastikan validitas temuan kualitatif. Data dari wawancara, observasi, dan survei dibandingkan untuk mencari konsistensi.
- **Member Checking:** Hasil wawancara dikonfirmasi kembali kepada responden untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman dan persepsi responden.

### Reliabilitas Data Kuantitatif:

- **Uji Reliabilitas:** Uji reliabilitas dilakukan pada kuesioner survei untuk memastikan konsistensi internal instrumen penelitian. Cronbach's Alpha digunakan sebagai indikator reliabilitas.
- **Pre-test dan Re-test:** Kuesioner survei diuji coba (pre-test) sebelum disebarluaskan secara luas, dan analisis re-test dilakukan untuk memastikan konsistensi hasil.

### Tahap Persiapan:

- Penyusunan proposal penelitian dan instrumen pengumpulan data.
- Pengajuan izin penelitian ke pihak terkait, termasuk sekolah-sekolah kejuruan dan penyedia marketplace.
- Uji coba instrumen penelitian untuk memastikan validitas dan reliabilitas.

### Tahap Pengumpulan Data:

- Pelaksanaan wawancara mendalam dan observasi langsung di lapangan.
- Penyebaran kuesioner survei dan pengumpulan data kuantitatif dari responden.
- Pengumpulan dan analisis data penjualan dari marketplace.

### Tahap Analisis Data:

- Analisis data kualitatif menggunakan metode koding dan analisis tematik.
- Analisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif dan inferensial.
- Interpretasi hasil analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### Tahap Pelaporan:

- Penyusunan laporan penelitian yang mencakup pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan rekomendasi.
- Presentasi hasil penelitian kepada para pemangku kepentingan.

Dengan metode penelitian yang komprehensif ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas tentang peran penggunaan marketplace dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar, serta memberikan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh para pelaku usaha dan lembaga pendidikan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Deskripsi hasil penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa marketplace memainkan peran signifikan dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Marketplace menawarkan beberapa keunggulan yang mendukung peningkatan penjualan, yaitu jangkauan pasar yang lebih luas, visibilitas produk yang lebih tinggi, dan efisiensi transaksi. Penjual yang memanfaatkan fitur-fitur marketplace seperti iklan dan promosi dapat meningkatkan eksposur produk mereka, yang pada gilirannya meningkatkan volume penjualan. Marketplace juga mempermudah pembeli, dalam hal ini sekolah-sekolah kejuruan, untuk mengakses berbagai pilihan produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian dengan lebih efisien. Kemudahan ini sangat penting mengingat keterbatasan anggaran dan kebutuhan yang spesifik dari setiap sekolah. Dengan adanya marketplace, sekolah dapat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan biaya.

Penggunaan marketplace oleh penjual dan pembeli peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar memberikan berbagai manfaat dan menghadapi beberapa tantangan. Bagi penjual, marketplace memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia, termasuk luar Kota Makassar. Hal ini sangat penting bagi UKM yang mungkin memiliki keterbatasan dalam membuka cabang fisik di berbagai lokasi. Selain itu, dengan fitur-fitur promosi yang tersedia di marketplace, produk dapat lebih mudah ditemukan oleh pembeli. Hal ini terbukti dari peningkatan penjualan yang dilaporkan oleh sebagian besar penjual setelah menggunakan marketplace. Sistem pembayaran yang aman dan layanan pengiriman yang efisien juga mengurangi kerumitan dalam proses transaksi, yang sering menjadi kendala dalam penjualan konvensional.

Namun, penjual juga menghadapi beberapa tantangan. Persaingan harga yang ketat sering kali memaksa mereka untuk menurunkan harga agar tetap kompetitif, yang dapat mengurangi margin keuntungan, terutama bagi penjual kecil. Selain itu, meskipun fitur iklan membantu meningkatkan visibilitas, biaya yang terkait bisa menjadi beban, terutama bagi penjual kecil yang memiliki anggaran terbatas. Penjual juga perlu memastikan manajemen stok yang efektif untuk memenuhi permintaan yang datang melalui marketplace, yang bisa menjadi tantangan jika permintaan tiba-tiba meningkat. Bagi pembeli, marketplace menawarkan berbagai jenis peralatan peraga yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan kurikulum. Ini memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam memilih produk yang tepat. Pembeli dapat membandingkan harga dan spesifikasi produk dari berbagai penjual, yang membantu mereka membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan hemat biaya. Pembelian melalui marketplace dianggap lebih efisien dalam hal waktu dan biaya dibandingkan dengan metode tradisional, seperti mencari dan membeli produk secara langsung dari toko fisik.

Namun, pembeli juga menghadapi beberapa tantangan. Beberapa pembeli mengeluhkan kualitas produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau ekspektasi, yang menunjukkan perlunya verifikasi produk yang lebih ketat oleh pengelola marketplace. Respon terhadap keluhan atau pertanyaan dari beberapa penjual di marketplace juga masih perlu ditingkatkan untuk memastikan kepuasan pembeli. Meskipun jarang, beberapa pembeli melaporkan keterlambatan dalam pengiriman produk yang dibeli, yang dapat mengganggu proses pembelajaran jika peralatan sangat dibutuhkan.

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan marketplace berdampak positif terhadap volume penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan. Penjual yang aktif menggunakan marketplace melaporkan peningkatan signifikan dalam volume penjualan, dengan sebagian besar penjual melaporkan peningkatan sebesar 20-50% dalam satu tahun terakhir. Selain itu, penggunaan fitur promosi di marketplace terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Jangkauan pasar yang lebih luas juga merupakan salah satu dampak positif dari penggunaan marketplace. Penjual dapat menjangkau pelanggan dari berbagai daerah di Indonesia, tidak terbatas hanya di Makassar. Hal ini membuka peluang baru bagi penjual untuk memperluas bisnis mereka dan meningkatkan pangsa pasar.

Persepsi dan pengalaman pengguna, baik penjual maupun pembeli, memberikan wawasan yang mendalam tentang manfaat dan tantangan penggunaan marketplace. Sebagian besar penjual merasa puas dengan penggunaan marketplace sebagai saluran penjualan. Mereka menilai marketplace sebagai platform yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Namun, beberapa penjual menyarankan peningkatan dalam fitur dukungan penjual, seperti pelatihan tentang penggunaan fitur iklan dan manajemen stok. Pembeli umumnya puas dengan kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh marketplace. Mereka menghargai kemudahan dalam



membandingkan produk dan harga dari berbagai penjual. Namun, ada permintaan untuk peningkatan dalam verifikasi kualitas produk dan layanan pelanggan di marketplace untuk memastikan kepuasan pembeli.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi strategi disusun untuk memaksimalkan potensi penggunaan marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Penjual disarankan untuk memanfaatkan fitur iklan dan promosi yang disediakan oleh marketplace untuk meningkatkan visibilitas produk. Penjual perlu menjaga manajemen stok yang baik dan memastikan ketersediaan produk sesuai dengan permintaan. Selain itu, penting untuk menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan solutif untuk meningkatkan kepuasan pembeli [17].

Sekolah-sekolah kejuruan dapat memanfaatkan fitur rating dan ulasan untuk memilih penjual yang terpercaya. Merencanakan pembelian peralatan peraga jauh-jauh hari juga penting untuk menghindari keterlambatan pengiriman dan memastikan ketersediaan produk. Pengelola marketplace perlu memberikan pelatihan dan dukungan kepada penjual, terutama UKM, untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan fitur-fitur marketplace. Memperketat proses verifikasi produk juga penting untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan deskripsi. Menyediakan layanan pelanggan yang lebih baik dan responsif juga diperlukan untuk menangani keluhan dan pertanyaan dari pengguna.

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa penggunaan marketplace memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Marketplace tidak hanya memudahkan penjual untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan, tetapi juga membantu pembeli dalam mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara efisien. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti persaingan harga, biaya iklan, kualitas produk, dan layanan pelanggan. Dengan strategi yang tepat, penggunaan marketplace dapat semakin optimal dan memberikan manfaat yang maksimal bagi semua pihak yang terlibat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi penjual, pembeli, dan pengelola marketplace dalam mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce untuk mendukung pendidikan kejuruan di Kota Makassar.

### 3.2. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa marketplace memainkan peran signifikan dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Marketplace menawarkan beberapa keunggulan yang mendukung peningkatan penjualan, yaitu jangkauan pasar yang lebih luas, visibilitas produk yang lebih tinggi, dan efisiensi transaksi. Penjual yang memanfaatkan fitur-fitur marketplace seperti iklan dan promosi dapat meningkatkan eksposur produk mereka, yang pada gilirannya meningkatkan volume penjualan. Marketplace juga mempermudah pembeli, dalam hal ini sekolah-sekolah kejuruan, untuk mengakses berbagai pilihan produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian dengan lebih efisien. Kemudahan ini sangat penting mengingat keterbatasan anggaran dan kebutuhan yang spesifik dari setiap sekolah. Dengan adanya marketplace, sekolah dapat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan biaya.

Penggunaan marketplace oleh penjual dan pembeli peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar memberikan berbagai manfaat dan menghadapi beberapa tantangan. Bagi penjual, marketplace memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia, termasuk luar Kota Makassar. Hal ini sangat penting bagi UKM yang mungkin memiliki keterbatasan dalam membuka cabang fisik di berbagai lokasi. Selain itu, dengan fitur-fitur promosi yang tersedia di marketplace, produk dapat lebih mudah ditemukan oleh pembeli. Hal ini terbukti dari peningkatan penjualan yang dilaporkan oleh sebagian besar penjual setelah menggunakan marketplace. Sistem pembayaran yang aman dan layanan pengiriman yang efisien juga mengurangi kerumitan dalam proses transaksi, yang sering menjadi kendala dalam penjualan konvensional.

Namun, penjual juga menghadapi beberapa tantangan. Persaingan harga yang ketat sering kali memaksa mereka untuk menurunkan harga agar tetap kompetitif, yang dapat mengurangi margin keuntungan, terutama bagi penjual kecil. Selain itu, meskipun fitur iklan membantu meningkatkan visibilitas, biaya yang terkait bisa menjadi beban, terutama bagi penjual kecil yang memiliki anggaran terbatas. Penjual juga perlu memastikan manajemen stok yang efektif untuk memenuhi permintaan yang datang melalui marketplace, yang bisa menjadi tantangan jika permintaan tiba-tiba meningkat.

Bagi pembeli, marketplace menawarkan berbagai jenis peralatan peraga yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan kurikulum. Ini memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam memilih produk yang tepat. Pembeli dapat membandingkan harga dan spesifikasi produk dari berbagai penjual, yang membantu mereka membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan hemat biaya. Pembelian melalui marketplace dianggap lebih efisien dalam hal waktu dan biaya dibandingkan dengan metode tradisional, seperti mencari dan membeli produk secara langsung dari toko fisik. Namun, pembeli juga menghadapi beberapa tantangan. Beberapa pembeli mengeluhkan

kualitas produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau ekspektasi, yang menunjukkan perlunya verifikasi produk yang lebih ketat oleh pengelola marketplace. Respon terhadap keluhan atau pertanyaan dari beberapa penjual di marketplace juga masih perlu ditingkatkan untuk memastikan kepuasan pembeli. Meskipun jarang, beberapa pembeli melaporkan keterlambatan dalam pengiriman produk yang dibeli, yang dapat mengganggu proses pembelajaran jika peralatan sangat dibutuhkan.

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan marketplace berdampak positif terhadap volume penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan. Penjual yang aktif menggunakan marketplace melaporkan peningkatan signifikan dalam volume penjualan, dengan sebagian besar penjual melaporkan peningkatan sebesar 20-50% dalam satu tahun terakhir. Selain itu, penggunaan fitur promosi di marketplace terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Jangkauan pasar yang lebih luas juga merupakan salah satu dampak positif dari penggunaan marketplace. Penjual dapat menjangkau pelanggan dari berbagai daerah di Indonesia, tidak terbatas hanya di Makassar. Hal ini membuka peluang baru bagi penjual untuk memperluas bisnis mereka dan meningkatkan pangsa pasar. Persepsi dan pengalaman pengguna, baik penjual maupun pembeli, memberikan wawasan yang mendalam tentang manfaat dan tantangan penggunaan marketplace. Sebagian besar penjual merasa puas dengan penggunaan marketplace sebagai saluran penjualan. Mereka menilai marketplace sebagai platform yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Namun, beberapa penjual menyarankan peningkatan dalam fitur dukungan penjual, seperti pelatihan tentang penggunaan fitur iklan dan manajemen stok. Pembeli umumnya puas dengan kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh marketplace. Mereka menghargai kemudahan dalam membandingkan produk dan harga dari berbagai penjual. Namun, ada permintaan untuk peningkatan dalam verifikasi kualitas produk dan layanan pelanggan di marketplace untuk memastikan kepuasan pembeli.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi strategi disusun untuk memaksimalkan potensi penggunaan marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Penjual disarankan untuk memanfaatkan fitur iklan dan promosi yang disediakan oleh marketplace untuk meningkatkan visibilitas produk. Penjual perlu menjaga manajemen stok yang baik dan memastikan ketersediaan produk sesuai dengan permintaan. Selain itu, penting untuk menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan solutif untuk meningkatkan kepuasan pembeli. Sekolah-sekolah kejuruan dapat memanfaatkan fitur rating dan ulasan untuk memilih penjual yang terpercaya. Merencanakan pembelian peralatan peraga jauh-jauh hari juga penting untuk menghindari keterlambatan pengiriman dan memastikan ketersediaan produk. Pengelola marketplace perlu memberikan pelatihan dan dukungan kepada penjual, terutama UKM, untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan fitur-fitur marketplace. Memperketat proses verifikasi produk juga penting untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan deskripsi. Menyediakan layanan pelanggan yang lebih baik dan responsif juga diperlukan untuk menangani keluhan dan pertanyaan dari pengguna [18].

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa penggunaan marketplace memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Marketplace tidak hanya memudahkan penjual untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan, tetapi juga membantu pembeli dalam mendapatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara efisien. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti persaingan harga, biaya iklan, kualitas produk, dan layanan pelanggan. Dengan strategi yang tepat, penggunaan marketplace dapat semakin optimal dan memberikan manfaat yang maksimal bagi semua pihak yang terlibat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi penjual, pembeli, dan pengelola marketplace dalam mengoptimalkan penggunaan platform e-commerce untuk mendukung pendidikan kejuruan di Kota Makassar.

#### 4. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, ada beberapa saran yang dapat diusulkan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan marketplace dalam penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar:

1. Penjual dan pengelola marketplace perlu bekerja sama untuk memastikan bahwa deskripsi produk yang disediakan sesuai dengan kualitas sebenarnya. Verifikasi produk secara ketat sebelum diunggah ke platform dapat membantu mengurangi keluhan pembeli terkait dengan kualitas produk.
2. Marketplace dapat menyediakan pelatihan dan dukungan kepada penjual, terutama UKM, tentang penggunaan fitur-fitur marketplace yang dapat membantu mereka memaksimalkan potensi penjualan mereka. Dukungan teknis dan strategis dapat membantu penjual memahami cara menggunakan fitur-fitur promosi, manajemen stok yang efektif, dan manajemen pelanggan.
3. Penjual perlu memanfaatkan fitur iklan dan promosi yang disediakan oleh marketplace dengan lebih efektif. Melalui iklan yang tepat, penjual dapat meningkatkan visibilitas produk mereka di antara pesaing dan menarik perhatian pembeli potensial.



4. Penjual perlu meningkatkan layanan pelanggan mereka dengan memberikan respon yang cepat dan solutif terhadap pertanyaan, keluhan, atau masukan dari pembeli. Layanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pembeli dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan marketplace memiliki peran signifikan dalam meningkatkan penjualan peralatan peraga pendidikan kejuruan di Kota Makassar. Marketplace memberikan beberapa keuntungan utama, termasuk jangkauan pasar yang lebih luas, visibilitas produk yang lebih tinggi, dan efisiensi dalam transaksi. Bagi penjual, terutama UKM, marketplace memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia tanpa harus membuka cabang fisik, sementara fitur-fitur promosi yang tersedia membantu meningkatkan eksposur produk mereka. Sistem pembayaran yang aman dan layanan pengiriman yang efisien juga mengurangi kerumitan dalam proses transaksi.

## REFERENSI

- [1] G. P. L. Permana and A. A. A. I. Parasari, "Pengaruh hedonic motivation, social influence, dan perceived enjoyment terhadap penggunaan marketplace pada UMKM di Bali: studi kasus pada HIPMI provinsi Bali," *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 90–102, 2019.
- [2] M. N. Fadillaha and M. Subchan, "Dampak Covid-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan marketplace di Indonesia," *J. mitra Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 123–130, 2021.
- [3] F. N. Khasanah, D. T. Untari, T. S. Perdhana, T. Sukreni, and D. Nurmanto, "Pengoptimalan Penggunaan Marketplace Dalam Kegiatan Pendampingan Sumber Daya Manusia Pada UMKM Sabun Cair di Tambun Selatan Bekasi," *J. Pengabd. Kpd. Masy. UBJ*, vol. 5, no. 2, pp. 177–184, 2022.
- [4] E. S. Sulistiyawati and A. Widayani, "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 4, no. 1, p. 133, 2020.
- [5] R. Yustiani and R. Yunanto, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi," *Komputa J. Ilm. Komput. Dan Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 43–48, 2017.
- [6] B. Melatnebar and K. Kurniawan, "Pelatihan Penggunaan Marketplace Online Kepada Pemuda Pemudi Di Kelurahan Kotabumi Sebagai Strategi Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi," *URGENSEI J. Pengabd. Masy. Multidisiplin*, vol. 1, no. 2, pp. 1–8, 2021.
- [7] F. Faridah and Z. W. Wulandari, "Pendampingan pemasaran industri lokal melalui penggunaan marketplace untuk meningkatkan hasil produksi pada masa pandemi Covid-19 di Desa Sidomukti Lamongan," *Engagem. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 509–523, 2020.
- [8] S. Joko, "Buku Panduan Marketplace." Global Aksara Pers, 2021.
- [9] F. Fitriyana, A. Nuryani, T. Rosyati, and Y. Gusvia, "Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19," *Dedik. Pkm*, vol. 2, no. 2, pp. 206–211, 2021.
- [10] A. D. Cahya, F. A. Aqdella, A. Z. Jannah, and H. Setyawati, "Memanfaatkan marketplace sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi Covid-19," *Sci. J. Reflect. Econ. Accounting, Manag. Bus.*, vol. 4, no. 3, pp. 503–510, 2021.
- [11] D. Irawan and M. W. Affan, "Pelatihan Penggunaan Mobile Marketplace Pada Kelompok Tani Sayur Desa Torong Rejo Batu," *J. Pengabd. dan Peningkatan Mutu Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 90–95, 2021.
- [12] M. Sholeh, J. Triyono, and R. Y. Rachmawati, "Pendampingan Kelompok Informasi Masyarakat Dengan Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Pemasaran," *J. Penelit. Dan Pengabd. Kpd. Masy. UNSIQ*, vol. 7, no. 2, pp. 158–164, 2020.
- [13] K. Wijaya and E. Handriyantini, "analisis faktor yang mempengaruhi behavioral intention pada online marketplace menggunakan model UTAUT (STUDI KASUS: SHOPEE)," in *Prosiding Seminar SeNTIK*,



- 2020, pp. 323–332.
- [14] I. Putu-Artaya and T. Purworusmiardi, “Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di Jawa Timur,” 2019.
- [15] B. S. N. Sukmawati and C. I. Setiawati, “Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee,” *eProceedings Manag.*, vol. 8, no. 4, 2021.
- [16] S. A. SAPUTRI, I. BERLIANA, and M. F. NASRIDA, “Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia,” *Knowl. J. Inov. Has. Penelit. Dan Pengemb.*, vol. 3, no. 1, pp. 69–75, 2023.
- [17] A. Kurniawan, D. N. S. Gunalan, K. Khaeron, and A. Fauzi, “Pendampingan Digital Marketing dalam Usaha Rumah Tangga melalui Penggunaan Marketplace di Desa Karya Mulya,” *Dimasejati J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 157–166, 2021.
- [18] W. Widiyanti and H. Nurmawati, “Penggunaan Marketplace Sebagai Media Pemasaran Online Peralatan Rumah Tangga,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 73–80, 2022.