

PELATIHAN PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PADA *ONLINE MARKETPLACE* DI DUSUN NGANDONG, DESA NANGGUNGAN

Nita Fatma Fauziah^{1)*}, Rizki Fillya Curtinawati²⁾, Yanto Budi Prasetya³⁾, Edi Purwanto⁴⁾, Alfian Hudan Laksana⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Universitas Pawayatan Daha

^{1)*} nitafauziah830@gmail.com, ²⁾ curtinawati.fillya@gmail.com, ³⁾ yantobudiprasetya@gmail.com,

⁴⁾ Edi91purwanto@gmail.com, ⁵⁾ ah.laksana@gmail.com

Abstrak

Keberadaan *Online Marketplace* juga semakin mempermudah penjual untuk memasarkan produknya. Desa Nanggungan merupakan salah satu desa di Kecamatan Kayen Kidul, terdiri dari 5 (lima) dusun, salah satunya adalah dusun Ngandong. Desa Nanggungan memiliki banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu produk unggulan dari Desa ini adalah Tas Anyaman Plastik. Produk ini dipasarkan secara online dan offline. Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* di Dusun Ngandong, Desa Nanggungan diharapkan dapat membantu penjual dalam menentukan harga jual produknya yang hendak dipasarkan di *online marketplace*. Pelatihan dilakukan selama 2 hari berturut-turut. Pelaku usaha diberikan contoh perhitungan menentukan harga jual suatu produk di salah satu aplikasi *online marketplace* di Indonesia. Setelah itu pelaku usaha diberikan kesempatan untuk menghitung harga jual produknya masing-masing.

Kata kunci: Harga jual produk, *Online Marketplace*

Abstract

The existence of the *Online Marketplace* also makes it easier for sellers to market their products. Nanggungan Village is one of the villages in Kayen Kidul District, consisting of 5 (five) hamlets, one of which is Ngandong hamlet. Nanggungan Village has many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). One of the superior products from this village is Plastic Woven Bag. This product is marketed online and offline. Product Selling Price Determination Training on *Online Marketplace* in Ngandong Hamlet, Nanggungan Village is expected to help sellers in determining the selling price of their products to be marketed in the *online marketplace*. Training is carried out for 2 consecutive days. Business actors are given examples of calculations to determine the selling price of a product in one of the *online marketplace* applications in Indonesia. After that, business actors are given the opportunity to calculate the selling price of their respective products.

Keywords: Product selling price, *Online Marketplace*

PENDAHULUAN

Untuk memperluas jangkauan pelanggan, saat ini penjual mulai mencoba peruntungan dengan memasarkan produk secara online. Selain menggunakan social media seperti WhatsApp, Twitter, Facebook dan Instagram, keberadaan *Online Marketplace* juga semakin mempermudah penjual untuk memasarkan produknya. *Online Marketplace* adalah wadah komunitas bisnis interaktif secara elektronik yang menyediakan pasar (Brunn, Jensen, Skovgaard, 2002). Beberapa *online marketplace* yang populer di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan Blibli sering menjadi sarana para penjual dan pembeli untuk bertransaksi. Selain prosesnya yang mudah, banyak para pembeli yang lebih percaya kepada *online marketplace*

Saat ini banyak penjual yang mencoba peruntungan untuk berjualan di *online marketplace*. Menurut penelitian Forrester di tahun 2016, sebanyak 53% konsumen yang melakukan transaksi online di *online marketplace*, dimana 27% dari konsumen tersebut melakukan pembelian di lebih dari 3 *online marketplace* berbeda dimana satu produk sejenis dijual oleh banyak penjual (William, & Aripardono, H. W. , 2020). Tak heran jika kita membuka *online marketplace* dan mencari barang yang kita inginkan, aplikasi menampilkan begitu banyak pilihan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas, ukuran, asal pengiriman produk dan kelebihan-kelebihan lain. Berbagai penawaran ini yang nanti akan menjadi pertimbangan pembeli.

Selain memberikan kualitas produk terbaik, ternyata harga jual juga menjadi penentu produk tersebut bisa laris di *online marketplace* atau tidak. Namun sayangnya, persaingan dagang yang ketat membuat beberapa penjual langsung mencantumkan harga produk yang murah (perang harga). Tidak dipungkiri dengan harga produk yang murah, dagangan akan lebih laku. Akan tetapi, berjualan di *online marketplace* memiliki ketentuan yang harus dipahami penjual terkait produk jualan, yaitu biaya layanan *online marketplace* yang harus ditanggung penjual.

Sebagai penjual biaya layanan *online marketplace* tersebut harus diperhatikan dengan benar, agar keuntungan setiap produk tidak terpankas oleh biaya layanan *online marketplace*. Jika hal ini luput dari perhatian penjual bisa juga mengalami kerugian karena penghasilan dari *online marketplace* justru minus. Oleh karena hindari mengira-ngira harga produk yang akan kita jual. Sebaiknya, penjual harus menghitung harga produk dengan bijak agar produk bisa bersaing dan penjual bisa mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan rencana. Menurut Suyanto (2018) dalam penetapan harga jual produk, hendaknya mengikuti 6 langkah prosedur pokok, yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, perkiraan biaya, menganalisis pesaing, memilih metode harga dan memilih harga akhir. Penjual tidak boleh asal dalam menentukan harga, karena menjual dengan harga murah dengan tujuan agar cepat laku belum tentu mendatangkan keuntungan dan bisa jadi malah merugikan bisnis. Sebaliknya menjual dengan harga yang tinggi belum tentu laku, sehingga banyak produk yang tidak terjual dan mengakibatkan kerugian.

Di dalam proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah pokok, yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis pesaing, memilih metode harga dan memilih harga akhir (Suyanto, 2018). Oleh karena itu sebelum menentukan harga jual suatu produk perlu mempertimbangkan beberapa faktor seperti biaya selama produksi, harga bahan, biaya promosi, target market, persaingan dan target pendapatan. Desa Nanggung merupakan salah satu desa di Kecamatan Kayen Kidul, terdiri dari 5 (lima) dusun, salah satunya adalah dusun Ngandong. Desa Nanggung memiliki banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu produk unggulan dari Desa ini adalah Tas

Anyaman Plastik. Produk ini dipasarkan secara *online* dan *offline*. Media pemasaran online yang sering digunakan diantaranya adalah WhattApp, karena sifatnya desa ini adalah desa agen atau pengrajin sedangkan produknya sebagian besar dijual ke distributor. Untuk menambah jaringan konsumen dan pemasukan pelaku UMKM maka penjualan melalui marketplace beserta beberapa aturan yang ada didalamnya perlu diperkenalkan, salah satunya biaya layanannya.

Berdasarkan hal diatas Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* di Dusun Ngandong, Desa Nanggungan diharapkan dapat membantu penjual dalam menentukan harga jual produknya yang hendak dipasarkan di *online marketplace*.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* untuk para pelaku usaha di desa Nanggungan. Metode yang digunakan yaitu penyampaian materi secara langsung, dialog interaktif dan bimbingan secara langsung. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 21 s.d 22 Juli 2023 pukul 18.00 WIB di balai dusun Ngandong Desa Nanggungan. Adapun tujuan dilaksanakannya kegiatan ini antara lain: 1) Diharapkan para pelaku UMKM dapat menentukan harga jual yang tepat dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti biaya selama produksi, harga bahan, biaya promosi, target market, persaingan, target pendapatan dan biaya layanan di *online marketplace*, 2) Diharapkan para pelaku UMKM dapat memperluas pemasaran produk mereka dengan menggunakan media *online marketplace*.

Mekanisme pelaksanaan pelatihan melalui beberapa tahapan, yaitu: Pertama, observasi dengan mewawancarai Kepala Desa, kepala Dusun dan beberapa pelaku UMKM di Desa Nanggungan. Kedua, koordinasi dengan Kepala Desa, kepala Dusun dan beberapa pelaku UMKM di Desa Nanggungan terkait akan dilaksanakannya program Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* di Dusun Ngandong, Desa Nanggungan. Ketiga persiapan, dilakukan dengan menemui Kepala Dusun Ngandong dan salah satu pelaku UMKM untuk meminta izin dan menetapkan waktu pelaksanaan kegiatan, Koordinasi dengan tim untuk pelaksanaan kegiatan, serta mempersiapkan perlengkapan yang akan digunakan untuk melaksanakan program. Keempat, Pelaksanaan program dijalankan di Balai Dusun Ngandong, Desa Nanggungan yang berlangsung pada tanggal 21 s.d 22 Juli 2023 pukul 18.00 WIB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* untuk para pelaku usaha dilaksanakan pada tanggal 21 s.d 22 Juli 2023 pukul 18.00 WIB, berlokasi di Balai Dusun Ngandong, Desa Nanggungan (Gambar 1). Pelatihan ini diikuti oleh peserta sebanyak 13 orang. Dalam kegiatan tersebut, penulis memaparkan pentingnya menenuakan harga jual produk di *Online*

Marketplace agar pelaku usaha tetap mendapatkan keuntungan yang ideal dan produk tetap bisa bersaing di pasar.



Gambar 1. Suasana Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk di *Online Marketplace*.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan berdasarkan permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM diantaranya, banyaknya pelaku UMKM yang memiliki produk unggul tetapi kesulitan dalam menentukan harga jual jika dijual melalui *online marketplace*. Pelaku UMKM sebagian besar belum memasarkan produknya di *online marketplace* karena kesulitan memahami persyaratan administrasi layanan.

Pada hari pertama kegiatan pelatihan diawali dengan diskusi ringan terkait suka duka menjadi pelaku UMKM. Selanjutnya dilanjutkan dengan paparan mengenai pentingnya penentuan harga jual suatu produk untuk mendapatkan keuntungan yang ideal dan produk tetap memiliki harga yang bersaing dipasaran. Penulis memaparkan beberapa cara perhitungan harga jual produk diantaranya menentukan harga jual produk berdasarkan biaya produksi, menentukan harga jual produk berdasarkan pasar, menentukan harga jual produk berdasarkan nilai persepsi konsumen (Gondokusumo & Santika, 2022). Selanjutnya penulis juga meminta pelaku UMKM untuk mempraktekan penentuan harga produk masing-masing berdasarkan rumus yang sudah dipaparkan. Pelaku usaha dapat menentukan harga jual yang paling ideal untuk digunakan. Salah satu peserta mempresentasikan hasil perhitungan kepada peserta lain. Kegiatan di hari pertama berjalan dengan baik dan lancar.

Pada hari kedua pelatihan, kegiatan dibuka dengan penulis menanyakan terkait kesulitan-kesulitan perhitungan untuk menentukan harga jual produk yang telah dilaksanakan di hari pertama. Selanjutnya penulis melanjutkan dengan pemaparan materi terkait *online marketplace* mulai dari definisi *online marketplace*, contoh dan aturan berjualan *online marketplace*, serta keuntungan

memasarkan produk di *online marketplace*. Penulis juga memaparkan bahwa ada hal yang harus diperhatikan saat berjualan di *online marketplace* terutama biaya administrasi. Penulis memberikan contoh perbandingan biaya administrasi di 5 (lima) *online marketplace* yang ada di Indonesia yang dikutip dari (Puspita, 2022), Puspita (2022) juga menjelaskan bahwa yang dicantumkan sebagian besar murni biaya admin atau biaya layanan dasar. Tambahan biaya lain, seperti promo ongkir atau promo *cashback* belum terhitung. Berikut perbandingan biaya administrasi di *online marketplace* disajikan dalam gambar 2 berikut.

Perbandingan	Marketplace				
	Bukalapak	Lazada	Blibli	Shopee	Tokopedia
Biaya Administrasi	0,5%-6%	1,82%	2%-8%	1%-5%	0,5%-3%

Gambar 2. Perbandingan Biaya Administrasi di 5 (lima) *Online Marketplace* yang ada di Indonesia

Selanjutnya penulis juga meminta pelaku UMKM (dengan didampingi tim dari penulis) untuk mempraktekan penentuan harga produk jika dijual di salah satu *Online Marketplace*, yaitu dengan menambahkan harga jual produk yang didapatkan di pelatihan hari pertama dengan biaya admistrasi yang dikenakan *Online Marketplace*. **Selanjutnya** salah satu peserta mempresentasikan hasil perhitungan kepada peserta lain. Kegiatan di hari kedua berjalan dengan baik dan lancar.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* di Dusun Ngandong, Desa Nanggungan, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri berjalan dengan baik. Para peserta pelatihan bersemangat dan antusias dalam mengikuti sosialisasi. Mereka juga tidak malu untuk bertanya jika diminta untuk menyampaikan pendapat dan menjawab pertanyaan. Peserta pelatihan dapat membuat kesimpulan mengenai apasaja yang perlu diperhatikan jika ingin menentukan harga jual di *online marketplace*.

Pelatihan Penentuan Harga Jual Produk pada *Online Marketplace* di Dusun Ngandong, Desa Nanggungan ini juga dapat diterapkan di daerah lain yang mungkin para pelaku usahanya juga masih membutuhkan bimbingan dalam penerapan gigitalisasi untuk memperlancar usahanya. Hal ini mengingat perkembangan era digital yang pesat dan serba mengandalkan *gadget*.

DAFTAR PUSTAKA

- Brunn, Peter; Jensen, Martin and Skovgaard, Jakob, (2002), *e-Marketplaces: Crafting A Winning Strategy*, *European Management Journal*, **20**, (3), 286-298.
- Gondokusumo, Ryan & Santika, Raski. 2022. [8 Cara Menentukan Harga Jual Produk Beserta Rumusnya - Sribu](https://www.sribu.com/id/blog/cara-menentukan-harga-jual/). (Online), diakses 20 April 2023. (<https://www.sribu.com/id/blog/cara-menentukan-harga-jual/>).
- Puspita, D.A.A. (2022). Perbandingan Biaya Admin 5 Marketplace, Siapa yang Paling Murah?. (Online), diakses 22 April 2023. (<https://mojok.co/terminal/perbandingan-biaya-admin-shopee-biaya-layanan-tokopedia/>)
- Suyanto, M. (2018). *Muhammad Marketing Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- William, & Aripadono, H. W. (2020). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Online Marketplace Indonesia. *Teknika*, 9(1), 48-57. (<https://doi.org/10.34148/teknika.v9i1.269>)