

**STRATEGI PENERAPAN *MARKETPLACE* DALAM  
MENINGKATKAN PEMASARAN DAN PENJUALAN UMKM  
PRODUK GULA AREN CURUP**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

**BEMBY YOFALDO**

**19.62.0148**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**STRATEGI PENERAPAN *MARKETPLACE* DALAM  
MENINGKATKAN PEMASARAN DAN PENJUALAN UMKM  
PRODUK GULA AREN CURUP**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

**BEMBY YOFALDO**

**19.62.0148**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENERAPAN *MARKETPLACE* DALAM MENINGKATKAN  
PEMASARAN DAN PENJUALAN UMKM PRODUK GULA AREN CURUP**

yang disusun dan diajukan oleh

**BEMBY YOFALDO**  
**19.62.0148**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 03 Juli 2024

**Dosen Pembimbing,**

  
**Ali Mustopa, M.Kom**  
**NIK. 190302192**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**




**STRATEGI PENERAPAN *MARKETPLACE* DALAM MENINGKATKAN  
PEMASARAN DAN PENJUALAN UMKM PRODUK GULA AREN CURUP**

yang disusun dan diajukan oleh

**Bemby Yofaldo**

**19.62.0148**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 29 Juli 2024

Nama Penguji	Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
<u>Dina Maulina, M.Kom</u> NIK. 190302250		
<u>Ali Mustopa, M.Kom</u> NIK. 190302192		
<u>Robert Marco, M.T., Ph.D</u> NIK. 190302228		

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 29 Juli 2024

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



**Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D.**  
NIK. 190302096

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Bemby Yofaldo  
NIM : 19.62.0148

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

### **Strategi Penerapan *Marketplace* dalam Meningkatkan Pemasaran dan PenjualanUMKM Produk Gula Aren Curup**

Dosen Pembimbing : Ali Mustopa, M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 29 Juli 2024

Yang Menyatakan,

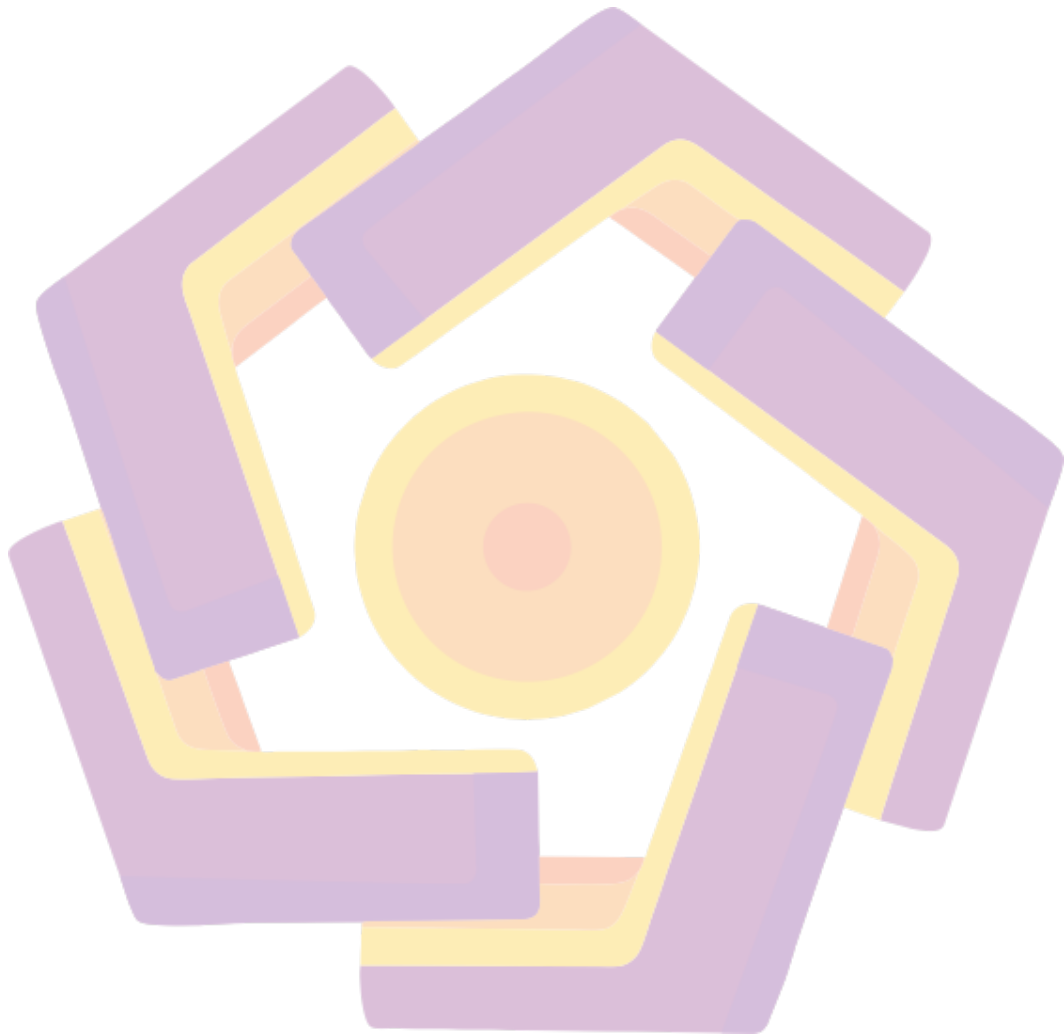


Bemby Yofaldo

## MOTTO

“tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuman sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi -mimpi lain bisa diciptakan.”

(Windah Basudara)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam, segala puji dan syukur saya panjatkan hanya kepada Allah SWT yang hanya dengan rahmat dan karunia Nya-lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Penerapan *Marketplace* dalam Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan UMKM Produk Gula Aren Curup”** dengan sebaik-baiknya, saya juga mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan dan bantua dari semua pihak yang membantu saya dalam penelitian ini, maka dari itu saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kebaikan dan karunia-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang menjadi role model, idola dan kebanggaan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam keadaan yang inshaa Allah lebih baik dari pada ketika saya memulainya.
3. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta tidak pernah berhenti percaya kepada saya yaitu bapak Dodi Irawan dan Lisa Binarni.
4. Bapak Ali Mustopa, M.Kom . selaku dosen pembimbing yang sudah dengan sabar membimbing, membantu, dan mengarahkan saya selama ini saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.
5. Seluruh teman-teman BCIS 2019 yang telah berjuang bersama. Terimakasih atas bantuan, cerita, dan memberikan pengalamannya selama saya kuliah.
6. Kepada teman-teman yang sudah membantu dan memberi semangat dalam mengerjakan naskah skripsi.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. berterima kasih kepada diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih karena selalu berfikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengendalikan diri sendiri.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, wr.wb.

Puji syukur saya haturkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia, dan segala nikmat-nikmat nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Penerapan *Marketplace* dalam Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan UMKM Produk Gula Aren Curup” dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallaahu'alaihi Wa Sallam.

Dengan selesainya skripsi ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. bapak dan ibu saya yang telah banyak berjasa dan tidak hentinya memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Hanif Al-Fatta, M. Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Ali Mustopa, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran dan masukan untuk skripsi saya.
5. Segenap Dosen dan Civitas Akademia Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penulis.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak yang telah membaca dan memahami penelitian ini untuk dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat menambah kan kesempurnaan dari skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak terkait dan siapapun pembaca pada umum.

Wassalamu'alaik wr.wb



Yogyakarta, 29 Juli 2024

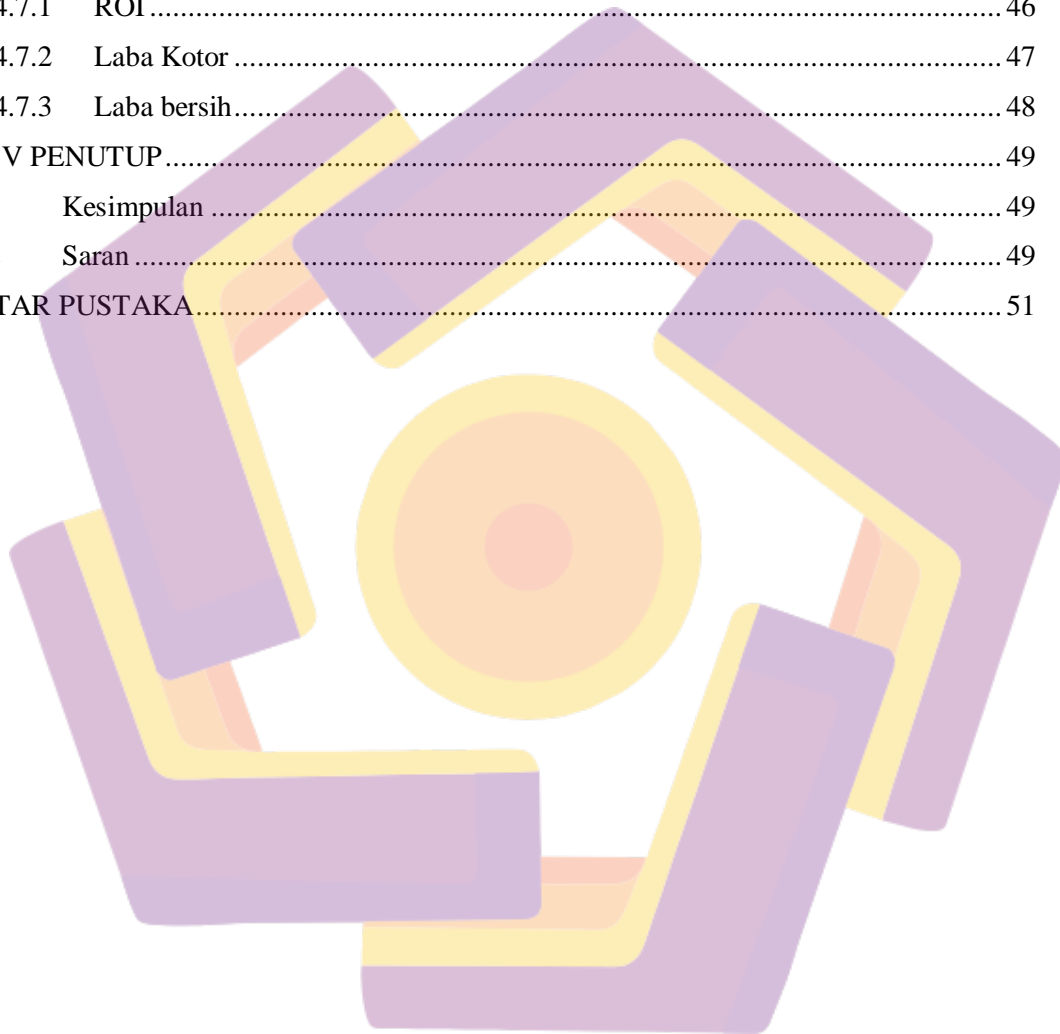
Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABLE.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
INTISARI .....	vi
ABSTRRACT .....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Strategi Pemasaran.....	8
2.3 Strategi Bisnis <i>Online</i> .....	10
2.4 E- Commerce.....	11
2.5 Marketpalce.....	13
2.6 Online Shop.....	13
2.7 Penjualan.....	15
2.8 Shopee.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian .....	31
3.2 Alur Penelitian.....	31
3.3 Alat dan Bahan .....	32
3.3.1 Data Penelitian .....	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.3 Alat .....	33
3.4 Identifikasi Masalah.....	34
3.5 Strategi.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1 Data Penjualan Shopee .....	37
4.2 Jasa pengiriman .....	38
4.3 Metode pembayaran.....	40
4.4 Promo shopee .....	42
4.5 Gratis ongkir.....	43
4.6 Penjualan star+ .....	45
4.7 ROI (Return on Investment).....	46
4.7.1 ROI .....	46
4.7.2 Laba Kotor .....	47
4.7.3 Laba bersih.....	48
BAB V PENUTUP .....	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51

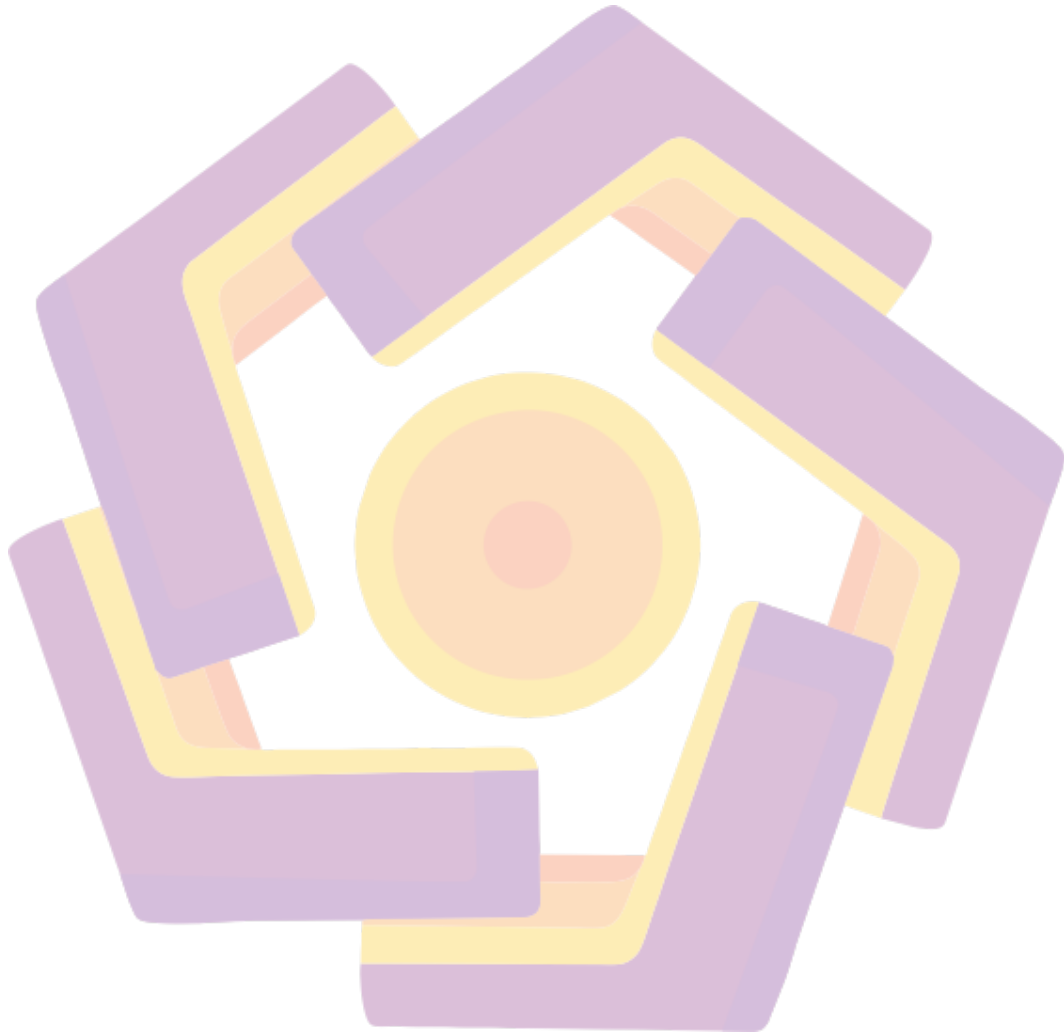


## DAFTAR TABLE

Tabel 2.1 Tabel Matriks .....	20
Table 3.1 Identifikasi Masalah .....	34
Table 4.1. Data penjualan shopee.....	37
Tabel 4.2 Data jasa pengiriman bulan Desember .....	38
Tabel 4.3 Data jasa pengiriman bulan Februari.....	38
Tabel 4.4 Data jasa pengiriman bulan Maret .....	38
Tabel 4.5 Data jasa pengiriman bulan April .....	38
Tabel 4.6 Data jasa pengiriman bulan Mei .....	39
Tabel 4.7 Data jasa pengiriman bulan Juni .....	39
Tabel 4.8 Data metode pembayaran bulan Desember .....	40
Tabel 4.9 Data metode pembayaran bulan Februari .....	40
Tabel 4.10 Data metode pembayaran bulan Maret .....	40
Tabel 4.11 Data metode pembayaran bulan April .....	41
Tabel 4.12 Data metode pembayaran bulan Mei .....	41
Tabel 4.13 Data metode pembayaran bulan Juni.....	41
Tabel 4.14 Promosi shopee .....	42
Table 4.15 Data pengguna promo gratis ongkir .....	44
Tabel 4.16 Penjualan star+.....	45

## DAFTAR GAMBAR

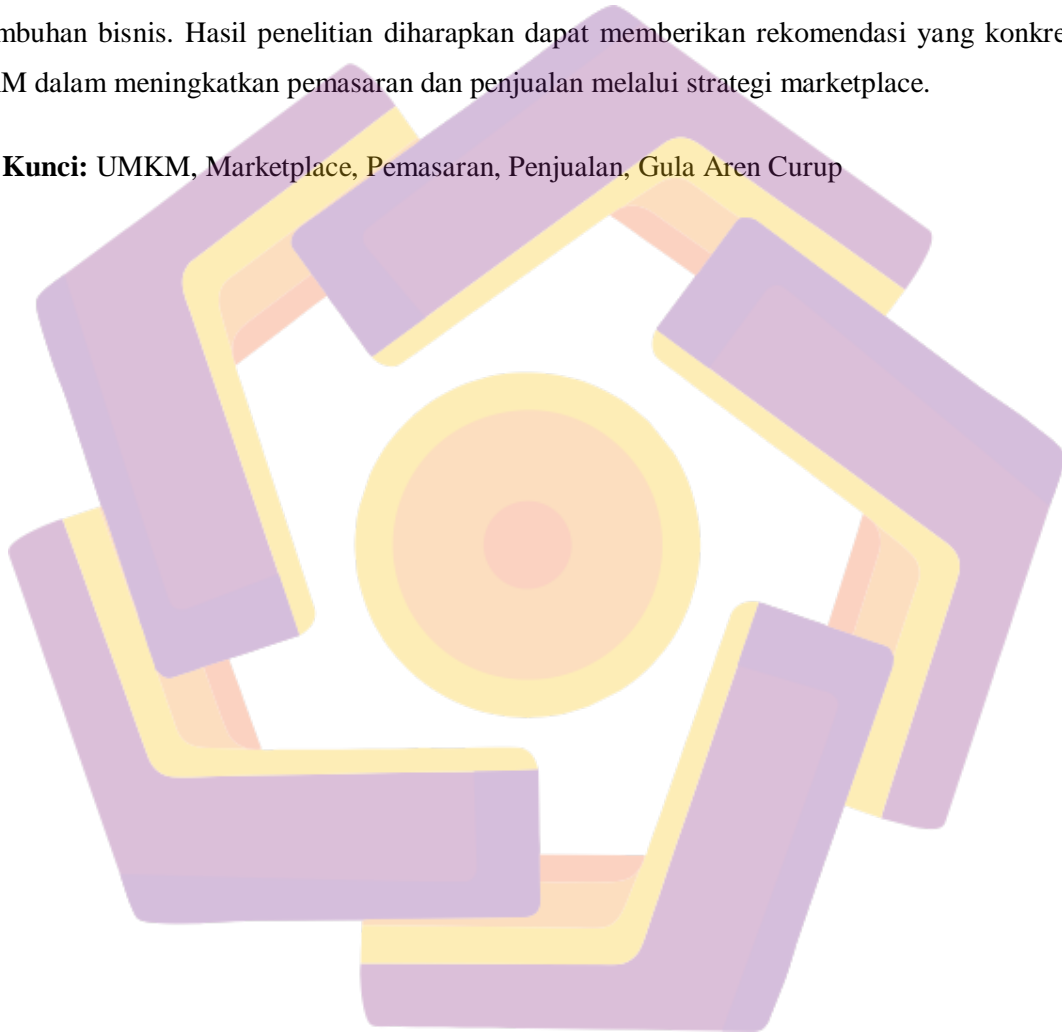
Gambar 3.1 Flowchart .....	32
Gambar 3.2 Gratis ongkir .....	35
Gambar 3.3 Pengiriman instan .....	36
Gambar 4.1 Promo Shopee .....	43
Gambar 4.2 Gratis Ongkir.....	45



## INTISARI

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak besar terhadap cara UMKM memasarkan dan menjual produknya. Marketplace sebagai salah satu inovasi teknologi menyediakan platform bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa perlu memiliki toko fisik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penerapan marketplace dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk gula aren Curup. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengevaluasi berbagai strategi yang digunakan oleh UMKM gula aren di Curup dalam memanfaatkan platform marketplace serta dampaknya terhadap peningkatan pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konkret bagi UMKM dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan melalui strategi marketplace.

**Kata Kunci:** UMKM, Marketplace, Pemasaran, Penjualan, Gula Aren Curup



## **ABSTRACT**

*The development of information technology has significantly impacted how SMEs market and sell their products. Marketplace, as an innovation in technology, provides a platform for SMEs to reach a broader market without needing a physical store. This study aims to analyze the strategy of implementing a marketplace in enhancing the marketing and sales of Curup palm sugar products. Using qualitative methods, this research evaluates various strategies employed by SMEs in Curup in utilizing the marketplace platform and its impact on income growth and business expansion. The results of this study are expected to provide concrete recommendations for SMEs to improve marketing and sales through marketplace strategies.*

**Keywords:** *SMEs, Marketplace, Marketing, Sales, Curup Palm Sugar*

