

Optimalisasi Personal Skill Pada Marketplace Untuk Meningkatkan Penjualan

Meilinda Eka Putri¹, Ranti Febrianti², Ricky Firmansyah³

¹ Fakultas Ekonomi, STIE STEMBI Bandung Business School ; meimei.san13@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, STIE STEMBI Bandung Business School ; rantifebri27@gmail.com

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ars ; ricky@ars.ac.id

Received 23 Maret 2022 | Revised 27 Maret 2022 | Accepted 27 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Jurnal ini mengulas tentang pengoptimalan *Personal Skill* pada marketplace untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa ada hubungan antara personal skill dan peningkatan penjualan di satu marketplace, lalu mengetahui kenapa *personal skill* harus ditingkatkan. Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif, dimana kami selaku peneliti melakukan beberapa penelitian dengan membagikan kuesioner. Adapun instrument penelitiannya adalah observasi yang tidak berstruktur. Sumber data penelitian ini adalah beberapa orang yang memakai marketplace dari rentan umur 19-28 tahun dengan sumber terbanyak yaitu dari sumber yang berumur 20-22 tahun. Adapun hasilnya adalah keterampilan dari diri masing-masing itu sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan di suatu marketplace.

Kata Kunci: Personal Skill; Marketplace; Optimalisasi

Abstract

This journal examines how to boost revenue using optimizing personal skills as in marketplace. The purpose of this research is as to whether there is a connection between personal skills and increased sales in one marketplace, and if so, why personal skills should be improved. This type of research uses qualitative research, for which we, as researchers, did several studies using questionnaires. Unstructured observation is the research instrument. The data for this study came from a variety of shoppers on the internet between the ages of 19 and 28, with the majority of the sources being between the ages of 20 and 22. As a result, each people's skills play a critical role in increasing sales in a marketplace.

Keywords: Personal Skills; Marketplace; Optimization

PENDAHULUAN

Personal Skill terdiri dari *Personal* dan *Skill*. Pengertian *Skill* atau kemampuan adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan. Ada juga pengertian lainnya bahwa *skill* adalah suatu kemampuan untuk menerjemahkan pengetahuan ke dalam praktik sehingga tercapai hasil kerja yang diinginkan. Sedangkan *Personal* atau pribadi dapat diartikan sebagai manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri). Jika diartikan maka *Personal Skill* adalah kemampuan seseorang untuk mempraktikkan suatu pengetahuan agar hasil kerjanya sesuai dengan apa yang diinginkan. *Personal Skill* sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan karena beberapa pelanggan biasanya mau belanja di tempat tersebut karena pelayanannya. (Apriadi & Saputra, 2017)

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin

dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka. Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Kini para penjual tidak akan kesusahan untuk memasarkan barang atau jasa dengan online, hanya saja calon penjual harus melengkapi data dirinya terlebih dahulu, setelah itu marketplace bisa digunakan dan jangkauan penjualannya pun luas. (Opiida, 2014)

Maksud kami melakukan penelitian ini: 1) Mengetahui apa ada hubungan antara personal skill dan peningkatan penjualan di satu marketplace; 2) Mengetahui kenapa personal skill harus di optimalkan; dan 3) Mencari tahu apa yang harus dilakukan marketplace agar meningkatkan penjualan.

METODE

Metode yang kelompok kami gunakan yaitu dengan melakukan observasi terhadap objek yang kami teliti. Dengan menggunakan metode kualitatif ini kami meneliti secara langsung objek yang kami pilih. Dalam metode ini kami selaku peneliti akan melakukan beberapa wawancara atau membuat kuesioner mengenai materi yang dibahas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Penelitian kualitatif ini adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara ataupun penelaahan dokumen. Jenis pelaporan menggunakan analisis deskriptif yaitu laporan penelitian yang berisi kutipan kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.

Bentuk observasi yang kami lakukan adalah Observasi tidak berstruktur. Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterampilan interpersonal menjadi salah satu *soft skills* yang paling dibutuhkan saat ini. Selain di dunia kerja nanti, keterampilan interpersonal juga penting dalam kehidupan kita sekarang. Menurut Bierman dan Suchy, interpersonal skill adalah salah satu faktor penting bagi keberhasilan seseorang dalam meniti kehidupannya. Menurut Spitzberg dan Cupach, *interpersonal skill* adalah kemampuan seseorang untuk melakukan komunikasi yang efektif. Menurut Jerving, interpersonal skill adalah kemampuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang efektif. Dari berbagai pengertian interpersonal skill menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa interpersonal skill adalah kemampuan untuk berkomunikasi, berinteraksi, membangun dan menjaga hubungan dengan orang lain dalam berbagai keadaan dan situasi. (purbowati, 2021).

Philip Kotler dalam buku berjudul Manajemen Pemasaran (2008) menyebutkan bahwa penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Badu Swastha dalam buku Manajemen Pemasaran (2014) tujuan penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, memperoleh laba, dan menunjang pertumbuhan serta perkembangan perusahaan. (Utami, 2021)

Tabel 1. Karakteristik Responden

	Jumlah	Persentase
1. Jenis Kelamin		
Laki-Laki	18	59,10%
Perempuan	9	40,90%
2. Usia		

	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	6	27,2
20-22 tahun	14	63,6
>22 tahun	2	9,2
3. Lama Penggunaan Marketplace		
<1 tahun	10	47,60%
1 tahun	1	4,80%
> 1 tahun	8	38,10%
Tidak Menggunakan	3	9,50%

Sumber : Data Primer (diolah penulis)

Hasil dari jawaban yang kami dapatkan dari kalangan masyarakat khususnya pada remaja atau pun yang pernah menggunakan marketplace. Hasil dari riset kami menunjukkan bahwa dari 22 responden sebanyak 59,10% didapat dari Jenis Kelamin Laki-Laki dan 40,90% dari Jenis Kelamin Perempuan. Dapat disimpulkan dari setiap responden lebih banyak pengguna dari kalangan Laki-Laki dibandingkan perempuan.

Adapun hasil jawaban dari 22 orang responden didapatkan data bahwa usia kurang dari 20 tahun hanya berjumlah 6 orang atau sekitar 27,20%, usia 20-22 tahun berjumlah 14 orang atau 63,60%, adapun yang berusia lebih dari 22 tahun berjumlah 2 orang atau sekitar 9,20%. Dapat disimpulkan bahwa yang lebih banyak menggunakan marketplace tersebut usia 20-22 tahun berjumlah 14 dengan persentase 63,60%. Mereka menggunakan marketplace untuk sarana penjualan barang atau jasa yang mereka jual.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa 10 orang dengan persentase 47,60% dari 22 responden menunjukkan bahwa responden menggunakan marketplace kurang dari 1 tahun, sedangkan 1 orang dengan persentase 4,80% menggunakan marketplace selama 1 tahun, 8 orang dengan persentase 38,10% menggunakan marketplace selama lebih dari 1 tahun dan 3 orang dengan persentase 9,50% tidak menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan.

Tabel 2. Daftar Hasil Tanggapan Responden

Skill apa yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik para calon pelanggan ?	
1	Komunikasi, narasi penjualan
2	pintar
3	Skill yang harus diperbaiki iklan yang lebih menggoda pelanggan agar pelanggan lebih giat berbelanja
4	Speaking yg Baik dan mudah dipahami oleh customer
5	Public speaking
6	Komunikasi, kreatifitas dalam mendesain produk
7	relasi yang mumpuni dan cara berkomunikasi yang masuk ke segala circle
8	Skill komunikasi dan pemasaran karena dua hal ini sangat penting menurut saya
9	Komunikasi yang baik
10	belum optimalnya kemampuan marketing dalam menarik para calon pelanggan, maka diperlukan upaya melatih skill dalam melakukan pemasaran agar calon pembeli tertarik.
11	Marketing dalam penjualan
12	public speaking, dan analisis pasar
13	Yang harus dioptimalkan adalah penawarannya
14	Penawaran yang menarik, dan unik
15	Skill editing, konten kreatif dan skill kerangka caption kreatif.
16	Marketing
17	Editing poster maybe :)

Skill apa yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik para calon pelanggan ?

- 18 Pemaparan produk lebih rinci dan kata katanya harus lebih menarik dan gampang di pahami untuk para calon pembeli
- 19 skills promosi , selalu upgrade , membuat gambar dan postingan menarik bagi pengguna sosial media
- 20 Skill yang harus dioptimalkan dalam berbisnis di marketplace yaitu skill komunikasi yang baik dengan pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang penjual berikan terhadap konsumen sehingga mampu berlangganan dalam jangka panjang.
- 21 istiqomah dalam penjualan, kejujuran, serta kebersamaan untuk mencapai target yang diinginkan. selain itu, dalam hal penjualan harus haus ilmu alias terus belajar karena zaman terus berkembang dan krasi inovasi terus meningkat.

Sumber : Diolah Penulis

Kesimpulan yang didapatkan dari beberapa tanggapan responden mengenai skill yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik calon pelanggan yaitu komunikasi, karena dengan adanya komunikasi yang baik akan mudah menarik pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang penjual berikan terhadap konsumen sehingga mampu menjadi konsumen dalam jangka waktu yang panjang, kemudian adapun kejujuran dan kebersamaan untuk mencapai target yang diinginkan, hal yang paling penting harus mengetahui ilmu dan terus ingin belajar karena zaman terus berkembang inovasi terus meningkat. Berikut akan kami sajikan data berupa responden yang menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan, sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Tanggapan Responden

		Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan	19	3	86,40%	13,60%
2.	Apakah optimalisasi personal skill sangat berpengaruh untuk kemajuan satu marketplace ?	21	1	95,50%	4,50%
3.	Apakah komunikasi merupakan salah satu personal skill yang harus dioptimalkan ?	22		100%	
4.	Apakah kerja tim merupakan personal skill yang paling penting ?	22		100%	

Sumber : Diolah Penulis

Menguraikan data tabel diatas bahwa dari 22 orang responden didapatkan data bahwa 19 orang dengan persentase 86,4% menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan, adapun 3 orang dengan persentase 13,6% tidak menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan. Kemudian, terlihat bahwa 95,5% atau 21 orang dari 22 responden menyetujui bahwa optimalisasi personal skill sangat berpengaruh untuk kemajuan satu marketplace. Kemudian adapun hasil 100% dari 22 responden menyetujui bahwa komunikasi merupakan salah satu personal skill yang harus dioptimalkan untuk meningkatkan penjualan. Kemudian juga terlihat bahwa 100% atau 22 responden menyetujui bahwa kerja tim juga merupakan personal skill yang paling penting untuk kemajuan satu marketplace.

SIMPULAN

Personal Skill adalah kemampuan seseorang untuk mempraktikan suatu pengetahuan agar hasil kerjanya sesuai dengan apa yang diinginkan. Keterampilan interpersonal menjadi salah satu *soft*

skills yang paling dibutuhkan saat ini. Selain di dunia kerja nanti, keterampilan interpersonal juga penting dalam kehidupan kita sekarang.

Kesimpulan dari hasil penelitian yang kami lakukan yaitu dalam penelitian ini riset menunjukkan bahwa dari 22 responden sebanyak 59,10% didapat dari Jenis Kelamin Laki-Laki dan 40,90% dari Jenis Kelamin Perempuan. Dapat disimpulkan dari setiap responden lebih banyak pengguna dari kalangan Laki-Laki dibandingkan perempuan. Data lainnya pun menunjukkan lebih banyak menggunakan marketplace tersebut usia 20-22 tahun berjumlah 14 dengan persentase 63,60% Mereka menggunakan marketplace untuk sarana penjualan barang atau jasa yang mereka jual. Dan hal lain yang kami dapatkan itu mengenai skill yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik calon pelanggan yaitu komunikasi, karena dengan adanya komunikasi yang baik akan mudah menarik pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang penjual berikan terhadap konsumen sehingga mampu menjadi konsumen dalam jangka waktu yang panjang, kemudian adapun kejujuran dan kebersamaan untuk mencapai target yang diinginkan, hal yang paling penting kita harus mengetahui ilmu dan terus ingin belajar karena zaman terus berkembang inovasi terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Artikel Teknologi Informasi*, 131-136.
- D, R. (t.thn.). *Analytic Induction as Qualitative Research Method of Analysis*. Dipetik Maret 7, 2022, dari <http://don.ratcliff.net/qual/analytic.html>
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Opiida. (2014, April 18). *Pengertian E-MarketPlace*. Dipetik Maret 28, 2022, dari [wordpress.com: https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/](https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/)
- Purbowati, d. (2021, Januari 2). *Apa itu Interpersonal Skill? Pengertian, Contoh, dan Cara Meningkatkankannya*. Dipetik Maret 22, 2022, dari aku pintar: <https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/apa-itu-interpersonal-skill-pengertian-contoh-dan-cara-meningkatkannya>
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.
- Utami, S. N. (2021, Agustus 28). *Penjualan: Pengertian Para Ahli, Bentuk, Jenis, dan Tujuannya*. Dipetik Maret 22, 2022, dari [kompas.com: https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all](https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all)