

**LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN**  
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**  
**PERAN MARKETPLACE DALAM MENGEMBANGKAN PEMASARAN**  
**KONFEKSI ROGA KAOS**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir  
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Oleh :

**IKRAR DIENA BAKTI**

NIM : 12402183292

Dosen Pembimbing Lapangan

**Dr. Muhammad Aswad, M.A.**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

IAIN TULUNGAGUNG

2021

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN**

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini telah di setujui dan disahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 21 Oktober 2021

Tempat : Tulungagung

Judul Laporan : Peran Marketplace Dalam Mengembangkan Pemasaran Konfeksi Roga Kaos

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN



**Dr. Muhammad Aswad, M.A.**

**NIDN. 2014067503**

MENGESAHKAN

a.n. DEKAN

KEPALA LABORATORIUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**Siswahyudianto, S.Pd.I., M.M.**

**NIDN. 2015068402**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga laporan praktik pengalaman lapangan dapat terselesaikan pada waktu yang ditentukan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang kita tunggu syafaatnya hingga yaumul qiyamah.

Dalam penyusunan Laporan Praktik Pengalaman Lapangan Ekonomi Syariah ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan arahan dan bimbingan dari semua pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Maftukhin, M. Ag., selaku Rektor IAIN Tulungagung,
2. Dr. H. Dede Nurrohman, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
3. Siswahyudianto, M. M., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
4. Dr. Muhammad Aswad, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta selaku Dosen Pembimbing Lapangan (PPL) IAIN Tulungagung yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan,
5. H. Karijan A. Ghofar, S. Pd., selaku penanggung jawab Konfeksi Roga Kaos yang telah memberikan kesempatan, arahan, serta bimbingan dalam pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan ini,
6. Orang tua dan teman-teman yang ikut serta dalam menyumbangkan pemikiran dan membantu akan terselesaikannya laporan ini.

Dengan penuh harap, semoga jasa kebaikan kita semua diterima Allah SWT, dan dimudahkan dalam segala urusan. Amin, amin, amin YRA.

Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini kami disuguhkan dan diharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan ke depannya. Semoga laporan ini bermanfaat dan mendapat ridha dari Allah SWT.

Tulungagung, 21 Oktober 2021

Ikrar Diena Bakti

NIM. 12402183292

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Dasar Pemikiran .....	1
B. Tujuan dan Kegunaan .....	2
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	3
<b>BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK .....</b>	<b>4</b>
A. Profil Lembaga .....	4
B. Pelaksanaan Praktik (Konfeksi Roga Kaos) .....	6
C. Permasalahan di Lapangan .....	6
D. Tanggapan Dari Pihak Lembaga Tempat Praktik.....	7
<b>BAB III PEMBAHASAN/ANALISIS TERHADAP TEMUAN STUDI .....</b>	<b>9</b>
A. Kesimpulan .....	14
B. Saran-saran .....	14
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>16</b>

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Dasar Pemikiran

Pada zaman modern ini, teknologi dan internet merupakan salah satu instrumen penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan terhadap informasi, internet akan terus berkembang dengan berjalan beriringan bersama teknologi informasi membangun satu kesatuan. Sehingga saat ini Teknologi informasi telah merambah ke sektor bisnis yang produknya merupakan *ecommerce*. *Marketplace* tidak dapat dipisahkan dari *e-commerce*, karena sistem yang di gunakan pada *marketplace* merupakan sistem *e-commerce*. Perkembangan internet yang begitu pesat telah membawa banyak perubahan dalam setiap kehidupan manusia. Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet sehari-hari. Sebenarnya teknologi internet ini dapat memberikan dampak negatif maupun positif sesuai bagaimana para pengguna memanfaatkan kemajuan teknologi.

Dengan perkembangan internet dan teknologi informasi, tidak sedikit para pengusaha untuk mengadopsi digital seperti para pelaku Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun Usaha Kecil, dan Menengah (UKM). Salah satunya dengan mengalihkan bisnis mereka ke *marketplace*, dengan tujuan memperluas jangkuan pemasaran produk. Dan sekarang, *marketplace* semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu, sehingga konsumen juga bisa mendapatkan barang yang dibutuhkannya dengan mudah. Kehadiran teknologi internet telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi.

Pada saat ini, sudah terdapat lebih dari sepuluh ribu aktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. *Digital marketing* menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke *marketplace* sebagai tempat pemasarannya. Dengan menggunakan *digital marketing* tentunya memudahkan akad, komunikasi dan transaksi yang berbasis waktu nyata atau *real time* dan bisa diakses di seluruh dunia tanpa adanya perbatasan jarak. Seorang konsumen juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk yang sudah di unggah oleh pelaku usaha ke dalam dunia maya, sehingga memudahkan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membuat Laporan Praktik Pengalaman Lapangan dengan judul: **“Peran Marketplace Dalam Memperluas Pemasaran Konfeksi Roga Kaos”**.

## **B. Tujuan dan Kegunaan**

### 1. Tujuan

Tujuan dari adanya Praktik Pengalaman Lapangan dengan judul Peran Marketplace Dalam Memperluas Pemasaran Roga Kaos, yaitu:

- a. Untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran yang diterapkan pada usaha konfeksi kaos di Kabupaten Tulungagung pada zaman modern,
- b. Untuk mengetahui bagaimana pendistribusian keuangan usaha.

### 2. Kegunaan

- a. Bagi Mahasiswa

Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan untuk menambah wawasan dan ilmu dalam kegiatan akad jual beli. Selain itu, teori yang telah didapatkan dan dijelaskan dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan dari teori ke praktik langsung. (Menjadi syarat dalam memenuhi tugas mata kuliah),

b. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bismis Islam

Praktik Pengalaman Lapangan ini dapat digunakan sebagai informasi keaktifan mahasiswa dan telah turun ke lapangan, serta bisa menjadi pengalaman dan pemenuhan kurikulum yang dapat dijadikan referensi untuk lainnya.

c. Bagi Lembaga

Dalam praktik ini, lembaga dijadikan obyek pelaksanaan. Lembaga juga menyalurkan informasi dan ilmu yang bisa bermanfaat bagi pembaca.

### **C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan ini dilaksanakan di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Konfeksi Roga Kaos di Kabupaten Tulungagung yang berjarak kurang lebih 50 meter dari rumah penulis. Keterangan lengkapnya sebagai berikut:

1. Dilaksanakan 22 September 2021 – 22 Oktober 2021,
2. Bertempatan di Konfeksi Roga Kaos. Jalan. Sultan Agung, RT. / RW. 04, Ds. Ketanon, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung.

## BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK

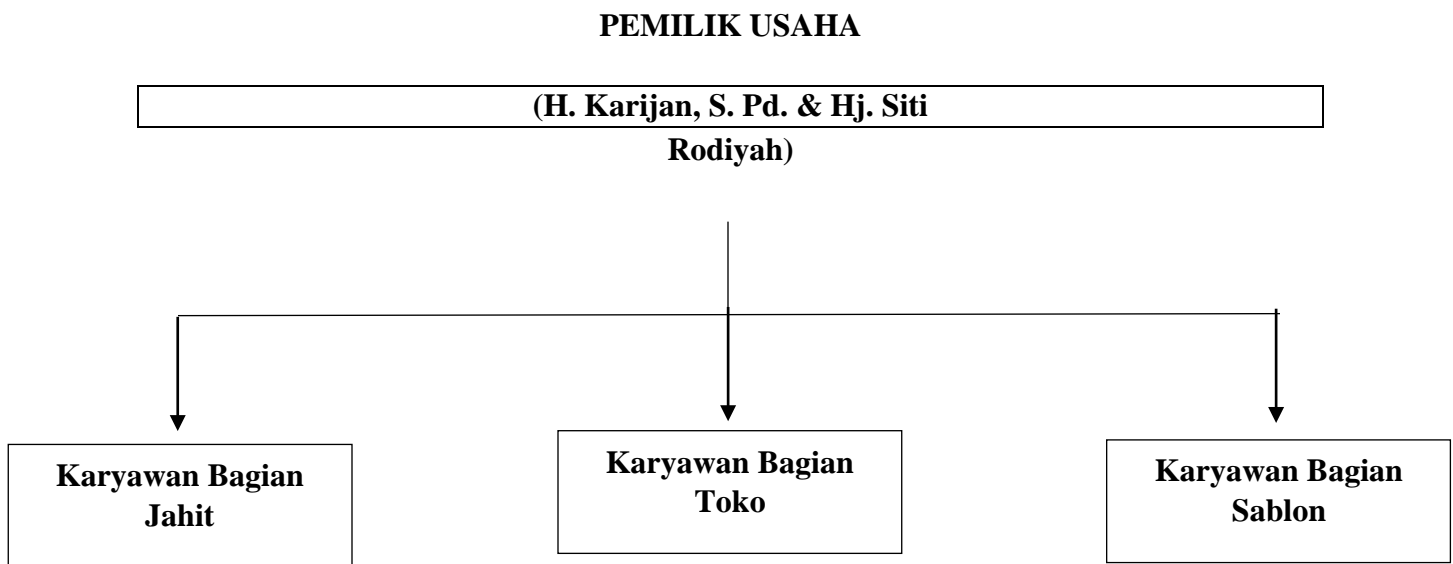
### A. Profil Lembaga

Nama : - Roga Sablon (1992-2010)  
- Roga Konfeksi (2010-sekarang)

Penanggung jawab : H. Karijan A. Ghofar, S. Pd.

Alamat : Jalan Sultan Agung, RT. 04 / RW. 04, Ds. Ketanon, Kec. Kedungwaru, Kab. Tulungagung, Jawa Timur.

Struktur Organisasi :



### 1. Sejarah dan Gambaran Profil Lembaga

Pada pertengahan tahun 1992 Roga Sablon merupakan nama pertama kalinya yang kita kenal saat ini bernama Konfeksi Roga. Dengan modal menjual motornya, beliau membelikan peralatan-peralatan yang dibutuhkan, antara lain seperti: Mesin Jahit, Mesin Potong Kain, dan potongan kain sebanyak 10kg. Di tahun tersebut beliau bpk. H. Karijan memulai memotong kain pertamanya untuk membuat *sample* dan untuk dipakai anak-anaknya. Beliau membangun bisnis-nya



bersama istrinya, yang bernama Hj. Siti Rodiyah, yang kebetulan istrinya memiliki bakat menjahit.

Setelah menjadi kaos, bpk. H. Karijan mencoba menawarkan sebagian hasil desain dan kaos yang sudah jadi ke sekolah-sekolah di Tulungagung. Karena di zaman tersebut internet belum mendominasi, maka beliau menawarkan produknya dengan cara menghampirinya satu-persatu siapa yang membutuhkan pakaian seragam. Setelah mendapatkan tidak sedikit pesanan dari sekolah-sekolah beliau bekerja sama dengan istrinya untuk menggarap pesanan-pesanan yang beliau terima. Beliau (bpk H. Karijan) yang mendesain dan memotong kain, dan istrinya menjahitnya. Sebelum memesan, konsumen diharapkan membayar uang muka terlebih sebanyak 20% dari total biaya pesannya untuk membeli kain, sedangkan bahan kain yang disiapkannya terdapat banyak sekali macamnya, salah satu yang sering digunakan sebagai kaos seragam adalah kain yang berbahan TC (*Tetereon Cotton*), Lotto, Karjut, dan Addas.

Setelah 1 tahun berjalan, beliau berinisiatif untuk menambah tenaga pekerjaan untuk membantu mengembangkan usahanya dan mengurangi tingkat pengangguran yang terjadi di Tulungagung. Yaitu antara lain: Penjahit, Karyawan, dan Penyablon. Seiring berjalan waktu konsumen yang puas dengan hasil beliau, akhirnya ditahun-tahun berikutnya para konsumen (sekolahsekolah) memesan kembali pakaian seragam lagi.

Beliau dan istrinya memiliki semangat yang luar biasa, memiliki etos kerja yang mantap, dan pantang menyerah, pada akhirnya di tahun 2005 usaha mereka membuahkan hasil. Dengan terbangunnya Toko Roga Sablon yang bertempat di desa Ketanon yang sebelumnya beliau dan istrinya berbisnis di rumahnya. Hingga sampai saat ini Toko Roga Kaos sudah mempekerjakan lebih dari 100 pegawainya.

Tidak sedikit rintangan-rintangan yang dihadapinya. Kendala yang biasa beliau terima pada zaman dahulu, setiap tahun ajaran baru Konfeksi Roga Kaos memiliki

banyak pesanan, dengan tenaga pekerja yang terbatas sehingga mengakibatkan pengiriman atau pengantaran jadi terlambat.

## **B. Pelaksanaan Praktik (Konfeksi Roga Kaos)**

Kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dilaksanakan pada tanggal 22 September 2021 sampai dengan tanggal 22 Oktober 2021, yang berlokasi di UMKM Konfeksi Roga Kaos. Dengan kegiatan PPL ini dilakukan secara virtual dan dengan seizin pemilik usaha yakni bpk. H. Karijan A. Ghofar, S. Pd., dan istri beliau Hj. Siti Rodiyah yang telah bersedia menerima si-penulis dalam melakukan praktik di bisnis mereka. Kegiatan ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi di tempat bisnis dengan tetap mematuhi protokol Covid-19 dengan ketat, serta mencari tahu data-data yang diperlukan untuk membuat Laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini.

### **Visi dan Misi UMKM Konfeksi Roga Kaos**

#### **1. Visi**

- a. Membantu meningkatkan PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia yang dimana UMKM merupakan menyumbang PDB terbesar,
- b. Menjadikan Toko Konfeksi Roga sebagai vendor segala jenis pakaian yang dapat dipercaya oleh masyarakat, dan selalu berusaha memberikan pelayanan dan kualitas produk yang sesuai masyarakat perlukan,

#### **2. Misi**

- a. Mengurangi tingkat pengangguran di wilayah Kabupaten Tulungagung.

## **C. Permasalahan di Lapangan**

Pada kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan ini, penulis menemukan beberapa permasalahan yang terjadi dalam UMKM Konfeksi Roga Kaos. Zaman semakin berkembang dan semakin banyak pula pesaing-pesaing bisnis yang mulai bermunculan. Bpk. H. Karijan mengungkapkan seiring terjadinya perkembangan zaman bisnis mereka hanya mencangkup wilayah sekitaran Kabupaten Tulungagung saja. Sehingga bisnis

yang beliau jalankan bersama istrinya mengalami stagnasi yang tidak maju-maju dan tidak juga mundur. Penulis menyadari umur beliau yang sudah memasuki hari tua yakni bpk karijan yang berumur 59 tahun dan istrinya 55 tahun, sehingga mereka kesulitan untuk mempelajari dan mengopreasikan teknologi modern yang semakin berkembang mengikuti zaman.

Kendala lain yang beliau hadapi, yakni pada krisis moneter pada tahun 1998-1999 beliau dan istrinya selalu memegang prinsip bertahan disaat harga textile kain bahan kaos harganya naik tiga kali lipat. Dengan sifat yang pantang menyerahnya, beliau akhirnya melewati masa-masa sulit seperti itu. Masalah besar lainnya juga terjadi pada tahun 2020 lalu yang dimana Pandemi Covid-19 sudah memasukan Indonesia dan pemerintah mengeluarkan kebijakan lockdown nasional. Karena dilihat dari target pemasaran utama Konfeksi Roga adalah sekolah-sekolah, yang disaat itu sekolah diliburkan, omset beliau turun hingga 4-8 juta yang pada sebelumnya bisa sampai 1055juta per-bulan. karena semangat kerja yang tinggi dan pantang menyerah dari beliau, akhirnya mereka mengalihkan sebagian pemasarannya ke produksi masker dari sisa-sisa kain yang pada akhirnya menaikkan lagi omset bisnis mereka, meskipun beliau dan istrinya kurang faham mengenai teknologi internet.

Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang perekonomian negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah, Konfeksi Roga Kaos salah satunya. Roga merupakan salah satu konfeksi kaos yang tergolong UMKM di wilayah Tulungagung.

#### **D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Tempat Praktik**

Bapak H. Karijan Abdul Ghofar selaku pemilik bisnis UMKM konfeksi Roga Kaos menerapkan strategi pemasaran *face to face* dan inovasi produk untuk tetap menjalankan bisnisnya di zaman yang terus berkembang. Beliau berharap kepada penulis agar memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap bisnis yang beliau jalankan.

Dalam dunia bisnis pasti ada suatu permasalahan yang akan dihadapi. Oleh karena itu beliau sebagai pelaku usaha harus mampu mengatasi permasalahan tersebut dengan cara apapun yang diridhai Allah SWT. Seperti usaha bisnis beliau yang saat ini ikut andil dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dengan membantu pemerintah meningkatkan PDB nasional meskipun situasi dan kondisi saat ini masih terjadi pandemi global Covid-19.

Beliau juga berharap agar bisnis yang mereka jalankan bermanfaat bagi masyarakat khususnya lingkungan sekitarnya ditengah terjadinya pandemi Covid-19. Serta bisnis mereka agar tetap bertahan di situasi yang mengancam pembisnis di Indonesia.

## **BAB III PEMBAHASAN / ANALISIS TERHADAP TEMUAN STUDI**

### **A. Landasan Tori**

#### **1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Sesuai dengan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, UMKM merupakan usaha kecil merupakan usaha produktif dengan skala kecil. Usaha kecil memiliki kriteria kekayaan bersih paling tinggi Dua Ratus Juta Rupiah (Rp. 200.000.000), kekayaan usah kecil ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Berdasarkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995 di atas berisi tentang usaha kecil dinyatakan dalam 1 pasal bahwa: “Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini”. Jadi UMKM dapat berbentuk berupa perusahaan perseorangan, persekutuan, seperti perseroan terbatas, firma, dan CV.

Tercantum dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga yang terutama berdasarkan jumlah aset dan omset, yaitu sebagai berikut:

##### **a. Usaha Mikro**

Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perseorangan dan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria sebagai antara lain:

- 1) Aset  $\leq$  Rp 50.000.000
- 2) Omset Rp 300.000.000

##### **b. Usaha Kecil**

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai antara lain:

- 1) Rp 50.000.000 < aset  $\leq$  Rp 500.000.000.

Memiliki bersih lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2)  $Rp\ 300.000.000 < \text{omset} \leq 2.500.000.000$ .

Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000

c. Usaha Menengah

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1)  $Rp\ 500.000.000 < \text{aset} \leq Rp\ 10.000.000.000$ .

Memiliki kekayaan bersih dari Rp 500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

2)  $Rp\ 2.500.000.000 < \text{omset} \leq 50.000.000.000$ .

Memiliki hasil penjualan tahunan dari Rp 2.500.000.000 sampai paling banyak Rp 50.000.000.000.<sup>1</sup>

UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian Nasional sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan memanfaatkan teknologi digital dan dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat

---

<sup>1</sup> Rosita Vega Savitri dan Saifudin, Pencatatan Akutansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM MR. Pelangi Semarang), *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 2018, vol 5, no. 2, hlm 120-121

menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing di ranah Internasional.

## **B. UMKM dan Marketplace**

Pada tahun 2020 UMKM Indonesia telah menyumbang kisaran 60% dari total PDB nasional meskipun Indonesia sedang diterjang pandemi Covid-19. PDB atau Produk Domestik Bruto adalah salah satu indikator penting dalam mengukur perekonomian suatu negara, terutama dalam kaitannya dengan ekonomi secara makro. PDB juga dapat diartikan jumlah atas suatu produksi barang dan jasa yang mampu dihasilkan negara dalam kurun waktu tertentu, yang tidak luput dari fungsi utamanya yaitu mengukur perkembangan ekonomi pada suatu negara.

Jadi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu bersaing di pasar nasional, maksudnya ialah barang yang dihasilkan oleh UMKM harus berani bertarung di pasaran dengan barang-barang yang di import oleh importir dan juga harus mampu bersaing di pasar Internasional. yang apalagi, di era persaingan ini, pelaku UMKM seharusnya melek akan teknologi informasi agar dapat memudahkan pemasaran produk hingga ke luar negeri. Tercatat pada tahun 2019, jumlah pelaku UMKM di Indonesia cukup banyak, sekitar kurang lebih 20 juta pelaku UMKM.

Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di zaman modern ini. Selain itu, tersedia banyak marketplace yang dapat dipilih oleh pelaku UMKM yang ingin memperluas pemasaran produknya. Pelaku UMKM tidak hanya dapat memilih satu marketplace saja untuk memasarkan produknya, tetapi bisa memilih semua teknologi yang termasuk *e-commerce* tersebut.

*Digital Marketing* menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional. Maka dari itu diharapkan para pelaku UMKM memahami bagaimana cara memasarkan produknya lewat *marketplace*. Dimulai dari mengunggah foto dan

deskripsi produk, copywriting, sampai konsumen sepakat untuk membeli produk yang dijualnya.

Jadi dari paparan diatas dapat kita ketahui bahwa UMKM memiliki peran yang besar dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Peran pemerintah dalam rangka pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memang sangat diperlukan. Sehingga perlu adanya pemberdayaan dari segi sumber daya manusia sampai pada pengadaan sarana dan prasarana. Selain itu, ada banyak manfaat dari adanya UMKM yaitu dapat menyerap banyak tenaga kerja serta mengurangi tingkat pengangguran.

Kehadiran marketplace di zaman modern ini bahkan dapat membantu UMKM dalam bejulan di masa-masa kritis, misalnya di masa pandemi seperti ini. Dengan *e-commerce* atau toko online para pelaku UMKM banyak terbantu karena kehadirannya. Penjualan online para pelaku UMKM ini hampir sebagian besar mengalihkan bisnisnya ke online melalui marketplace. Sisanya memang ada juga yang berjualan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsup, dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Media sosial atau jejaring sosial menjadi platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki beberapa perbedaan. Beberapa media sosial hanya berfokus pada pertemanan seperti Facebook, dan lain sebagainya. Dan menurut pengamatan si penulis akhirakhir ini memang banyak yang berjualan di sosial media Facebook dibandingkan dengan marketplace lainnya.

### **C. Permasalahan Yang Terjadi di Lembaga**

Konfeksi Roga Kaos telah lama beroperasi di bidang akad jual beli. Namun sejauh ini, Konfeksi Roga Kaos hanya masih menggunakan akad jual beli konvensional, dikarenakan pemiliknya masih belum begitu faham, bagaimana internet bekerja untuk

---

<sup>2</sup> Lamgiat Siringoringo, *Marketplace Membantu UMKM Berjualan di Masa Pandemi Hingga Menembus Ekspor*, diakses dari <https://industri.kontan.co.id/news/marketplace-membantu-umkm-berjualan-di-masapandemi-hingga-menembus-ekspor>, 19 Oktober 2021, pukul 15.40



memperluas pemasaran produknya. Setelah melakukan wawancara yang didampingi obrolan santai, beliau menyatakan bisnisnya tersebut akan diteruskan oleh anaknya nanti, jadi biar anak beliau yang akan meneruskan bisnis konfeksi beliau, mengingat umur beliau juga sudah tua. Dari pernyataannya tersebut, si-penulis berinisiatif memberikan saran dan arahan mengenai penjelasan marketplace bekerja.

Pada tanggal 11 oktober 2021, penulis mengobservasi bagaimana manajemen penjualan yang terjadi di lembaga UMKM milik bpk. H. Karijan. Meskipun saat ini Tulungagung masih level 2 PPKM Covid-19, sudah cukup banyak pesanan yang masuk, antara lain seperti kaos seragam organisasi, jaket seragam, dan setelan seragam olahraga sekolah-sekolah yang sudah mengadakan kegiatan pembelajaran tatap muka.

Menurut Pernyataan pemilik UMKM, pada bulan september profit yang diperoleh naik secara signifikan dibandingkan pada bulan-bulan sebelumnya. Namun penulis mengangan-angan apa jadinya nanti kalau konfeksi beliau dimasukkan pada toko online, pasti profitnya bisa meningkat berkali-kali lipat. Hingga saat ini, Konfeksi Roga sudah menampung dan membiayai sebanyak 14 pegawai, yang diantara lain: 1 penyablon, 3 karyawan toko, dan 10 penjahit. Dengan akad perdagangan konvensional tersebut.

## **BAB IV: PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Penulis menyadari bahwa setiap pelaku bisnis UMKM pasti memiliki strategi yang berbeda-beda dalam mengembangkan usahanya. Seperti halnya UMKM Konfeksi Roga Kaos di Tulungagung, yang sudah sejak lama beroperasi secara konvensional sudah mampu mempekerjakan lebih dari 100 pekerja sejak berdiri. Meskipun manajemen pemasarannya masih menggunakan akad jual beli konvensional, bpk. H. Karijan dan istrinya yang memiliki semangat kerja yang tinggi dan pantang menyerah mampu bertahan di saat-saat ekonomi nasional sedang mengalami guncangan, seperti krismon pada tahun 1998-1999 yang dimana harga textile naik 3x lipat, dan saat pandemi Sars Covid-19 yang masuk ke Indonesia hingga diadakannya Lockdown nasional. Pasti tidak mudah rintangan-rintangan yang dihadapi bpk. H. Karijan bersama istrinya dalam mengelola pemasaran produknya dengan metode konvensional.

Kesimpulan yang dapat di ambil penulis saat Praktik Pengalaman Lapangan, antara lain:

1. UMKM Konfeksi Roga Kaos berusaha keras dalam berbisnis di era krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998-1999 dan pandemi corona 2020 sampai sekarang, hanya dengan menggunakan akad jual beli konvensional,
2. Kendala yang dimiliki pemilik lembaga salah satunya adalah kurangnya pengetahuan akan *e-commerce* yang mampu memperluas jangkauan pemasarannya,
3. Dengan prinsip bertawaqal kepada Allah SWT, bekerja keras, dan pantang menyerah, beliau mampu menjaga bisnisnya tetap berjalan hingga saat ini.

### **B. Saran-saran**

#### **1. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bismis Islam sebagai pengelola PPL**

Sebenarnya sudah jelas apa yang sudah di informasikan Fakultas kepada mahasiswanya yang akan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan. Saran yang ingin disampaikan penulis untuk selanjutnya mohon para pengelola PPL dan Dosen Pembimbing Lapangan yang terhormat terhormat untuk ikut memantau serta melihat perkembangan sejauh mana mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan PPL tersebut.

Sehingga kegiatan PPL ini dapat menjadikan mahasiswa mampu dalam menyalurkan ilmu dan teori-teori yang telah di dapat dan bisa diterapkan di masyarakat.

## **2. Untuk Lembaga Tempat PPL (Konfeksi Roga Kaos)**

Penulis menyarankan kepada pemilik UMKM Konfeksi Roga bpk. H. Karijan untuk segera menerapkan beberapa metode pemasaran online dengan dibantu *e-commerce* melalui *marketplace* (toko online). Sebelum semakin banyaknya pesaing-pesaing yang bermunculan di toko online

## **3. Untuk Mahasiswa**

Karena kegiatan PPL tahun ini diadakan secara setengah virtual karena Covid-19, penulis harap para mahasiswa saat mengobservasi atau kelapangan mengunjungi lembaga selalu menjaga ketat protokol kesehatan, sehingga kita bersama untuk menekan jumlah Covid-19 di tanah air.

## **Lampiran-lampiran**

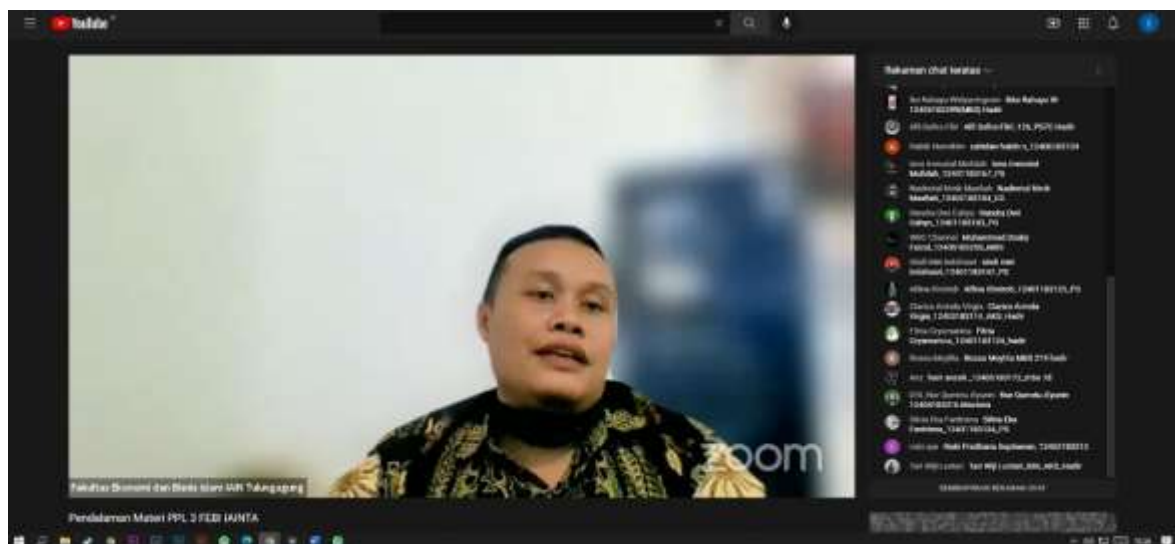
### **1. Resume dan dokumentasi mengikuti pendalaman materi**

#### **Resume**

Pendalaman materi yang diselenggarakan pengelola PPL di tahun ini dilakukan dengan sistem daring dengan menggunakan zoom dan youtube sebagai sarana penyampaian materi. Dalam acara pendalaman materi kepada PPL 3 atau gelombang ke 3 IAIN Tulungagung terdapat dua narasumber, yaitu bapak Ahmad Haryafi selaku dosen di Universitas Muria Kudus, juga sebagai praktisi bisnis asli bojonegoro, dan bapak Misbakhul Iman selaku pimpinan Bank Jatim cabang surabaya.

Pemateri pertama yang dibawakan oleh bapak Ahmad Haryafi menyampaikan beberapa materi mengenai pemanfaatan digital marketing bagi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah musim pandemi. Memang benar, saat ini digital marketing harus dikuasai oleh kalangan pembisbis untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya. Peran teknologi sangat penting bagi pelaku UMKM yang terus berkembang dan pemanfaatan serta penggunaan internet terasa bagi pemakainya.

Pemanfaatan internet dan teknologi ditengah pandemi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh para pengusaha, hal ini untuk menghindari terjadinya ledakan PHK karyawan hingga banyaknya pengangguran di Indonesia. Sekarang bisa dilihat ketika internet saat ini sudah menjadi hal yang wajib di miliki oleh setiap orang. Maka mahasiswa juga harus berani terjun keranah tersebut untuk membantu pelaku UMKM yang masih menggunakan perdagangan konvensional. Agar para pelaku konvensional mampu bertahan di tengah situasi genting-pun.



## 2. Berita acara harian individual

### BERITA ACARA HARIAN PPL JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG GELOMBANG III TAHUN 2021

Pada tanggal 16 sept ember 2021 sampai tanggal 22 oktober 2021, bertempat di lembaga Konfeksi Roga Kaos, telah dilaksanakan PPL Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung gelombang III tahun 2021 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Ikrar Diena Bakti NIM

: 12402183292

Jurusan : Ekonomi Syariah

NO	Hari/Tgl	Pukul	Kegiatan
1	16-09-2021	09.30	Pendalaman materi terkait pembukaan PPL VDR Gel III 2021 melalui youtube dan resume
2	18-09-2021	08.45	Meminta izin dan memberikan surat izin ke lembaga yang akan saya laksanakan PPL
3	20-09-2021	10.00	Berkunjung ke lembaga, serta bincangbincang santai bersama karyawan dan pemilik lembaga Konfeksi Roga Kaos
4	22-09-2021	09.00	Berkunjung ke lembaga, dengan tujuan memberikan surat pengantar observasi
5	23-09-2021	-	Menyiapkan pertanyaan-pertanyaan sebagai bahan pertanyaan saat mengadakan wawancara
6	03-10-2021	19.30	Berkunjung ke rumah pemilik lembaga dengan tujuan wawancara, serta ngobrol santai

7	04-10-2021 sampai 21-10- 2021	-	Mulai mengerjakan laporan PPL
8	11-10-2021	09.30	- Observasi ke lembaga, serta pengambilan pengambilan video lembaga - mulai editing video
9	21-10-2021	13.00	- Berkunjung ke lembaga, mengucapkan terima kasih karena telah diterima dalam melaksanakan PPL gel III - Laporan Selesai

Tulungagung, 21 Oktober 2021

Ikrar Diena Bakti

NIM. 12402183292

### 3. Form bukti konsultasi dengan DPL

#### BERITA ACARA KONSULTASI

Nama : Ikrar Diena Bakti  
NIM : 12402183292  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
DPL : Dr. Muhammad Aswad, M. A.  
Tempat PPL : Tulungagung, Konfeksi Roga Kaos  
Judul Laporan : Peran Marketplace Dalam Mengembangkan Pemasaran Konfeksi Roga Kaos

No	Hal yang dikonsultasikan	Catatan DPL	Paraf
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			

Tulungagung, 21 Oktober 2021



Dr. Muhammad Aswad, M. A.  
NIDN. 2014067503



#### 4. Foto-foto kegiatan PPL



**Dokumentasi bersama pemilik Konfeksi Roga Kaos, dalam kegiatan wawancara di rumah kediaman bpk H. Karijan. (pengambilan gambar, 3 Oktober 2021, Ba'da Isya)**





**Observasi Manajemen pembuatan produk Roga Kaos  
(pengambilan gambar, 11 Oktober 2021)**

**Link Upload Youtube**

[https://youtu.be/F\\_JuKayHPo](https://youtu.be/F_JuKayHPo)