

Edukasi Facebook Marketplace Sebagai Media Promosi Produk Rumahan Desa Sumpersari Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun

Pratiwi Susanti ^{*1}, Moch Yusuf Asyhari ², Fatim Nugrahati³, Abdul Rozaq⁴

^{1,2,3,4} Universitas PGRI Madiun

^{1,2,3,4} Program Studi Informatika, Fakultas Informatika, Universitas PGRI Madiun

*e-mail: pratiwi.susanti@unipma.ac.id¹, yusuf.asyhari@unipma.ac.id², fatim@unipma.ac.id³, rozaq@unipma.ac.id⁴

Received: 15.06.2022	Revised: 22.06.2022	Accepted: 06.07.2022	Available online: 20.07.2022
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Abstract: *This community service activity started from the problem of the PKK group of women who have MSME businesses experiencing unrest because it is difficult to get a more extensive reach of customers. So, to solve this problem, we carry out a community service program with the aim of this activity program to provide education for Sumpersari village women about easy and fast promotional learning using the Facebook marketplace. The method of implementing the activities used is the lecture method in delivering material about the theory and usefulness of the Facebook marketplace. Furthermore, a practical method of selling simulation training on the Facebook marketplace platform. The practical method provides a direct overview to the participants regarding using the Facebook marketplace. The last stage is the evaluation process of the training program using the dialogue method to collect opinions from participants who participate in the activity. Participants in this activity are PKK Ds Sumpersari women who have local businesses. The results of this activity provide usefulness for activity participants to understand the competence of selling online so that the reach of buyers increases.*

Keywords: *Selling, Education, Facebook, Promotion.*

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini berawal dari permasalahan kelompok ibu-ibu PKK yang memiliki usaha UMKM mengalami keresahan karena sulit mendapatkan jangkauan pelanggan yang lebih luas. Sehingga untuk menyelesaikan persoalan tersebut kami melaksanakan program pengabdian masyarakat dengan tujuan dari program kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi bagi ibu-ibu desa sumpersari mengenai pembelajaran berpromosi yang mudah dan cepat dengan menggunakan facebook marketplace. Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dengan menggunakan metode ceramah pada penyampaian materi seputar teori dan kebermanfaatan facebook marketplace. Selanjutnya dilakukan metode praktik mengenai pelatihan simulasi berjualan pada platform facebook marketplace. Metode praktik dilakukan untuk memberikan gambaran langsung pada peserta mengenai penggunaan facebook marketplace. Tahap terakhir dilakukan proses evaluasi program pelatihan dengan menggunakan metode dialog untuk mengumpulkan opini dari peserta yang mengikuti kegiatan. Peserta pada kegiatan ini adalah ibu-ibu PKK Ds Sumpersari yang memiliki usaha lokal. Hasil dari kegiatan ini memberikan kebergunaan bagi peserta kegiatan terhadap pemahaman kompetensi berjualan online supaya jangkauan pembelinya lebih luas.

Kata kunci: Berjualan, Edukasi, Facebook, Promosi.

1. PENDAHULUAN

Hingga saat ini tercatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia sudah mencapai 57 juta dengan sebagian besar usahanya bergerak dibidang usaha mikro (Setiyanto et al., 2021). Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan langsung, saat ini kegiatan promosi dan penjualan produk UMKM yang dilaksanakan oleh beberapa ibu-ibu PKK di Desa Sumpersari masih bergantung dengan program-program dari pemerintah atau perusahaan dengan melalui *blasting* pesan dan menunggu pembeli mendatangi stand penjualan. Dengan adanya fenomena ini membuat ibu-ibu PKK resah untuk mendapatkan pelanggan yang lebih luas, karena mereka selalu bergantung dengan kegiatan pemerintah dan perusahaan. Selain itu dari pihak pemerintah atau perusahaan yang menggandeng ibu-ibu PKK desa Sumpersari dalam menjalankan aktivitas usahanya tidak pernah memberikan training mengenai penggunaan pasar digital. Sehingga melihat kondisi tersebut kami berencana untuk mengadakan program pengabdian masyarakat di Desa Sumpersari untuk membantu ibu-ibu PKK dalam meningkatkan penjualannya melalui marketplace.

Pada penggunaan marketplace untuk memulai berjualan kita hanya perlu melakukan pendaftaran akun saja. Selanjutnya serangkaian aktifitas ditanggung oleh tim marketplace. Peran penjual hanya perlu mengembangkan pelayanan dan promo. Dengan menggunakan marketplace dapat meningkatkan peluang penjualan lebih karena di situ tempat bergabung banyaknya para penjual dan

pembel(Wahyuni et al., 2018). Dengan adanya UMKM telah membantu negara dalam meningkatkan perekonomian serta menungkan laju pengangguran. Namun supaya kemajuan usaha UMKM berjalan mulus dibutuhkan pendampingan dan bimbingan dari pihak-pihak terkait untuk meningkatkan daya jual pelaku UMKM (Sholeh & Basuki, 2021). Usaha Mikro dijadikan sebagai sarana kegiatan yang dapat meningkatkan lapangan pekerjaan sehingga secara langsung dapat mempercepat proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Putri E, 2017).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sebelumnya pernah dilakukan oleh (Tri Anindia Putra et al., 2020) berawal dari suatu permasalahan yang terjadi dilapangan yaitu pelaku usaha UMKM desa Sumbersari ternyata kurang mendalami cara mempromosikan produk untuk percepatan omset usaha jual-beli. Salah satu langkah yang tepat untuk mempercepat omset usaha adalah dengan mengaktifkan kesempatan dalam penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan operasional promosi dan penjualan (Watson, 2020). Hal ini dikarenakan dengan keberadaan teknologi informasi dapat menolong dan mempertahankan UMKM dimasa pandemi maupun pasca pandemik dengan nyaman dan inovatif (Tchelidze, 2019).

Menurut penelitian dari (Ana et al., 2021; Febriyantoro & Arisandi, 2018; Rachmadhaniyati & Sanaji, 2021) ternyata keberadaan marketplace telah membantu pengusaha UMKM untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, tidak hanya berpatokan pada satu wilayah saja namun dapat dijangkau oleh pelanggan dari berbagai wilayah. Dengan adanya fenomena marketplace tentunya akan menambah pengetahuan bagi pelaku usaha UMKM dalam hal pemasaran atau promosi seperti pendampingan yang telah dilakukan oleh (Faridah & Wulandari, 2020; Saleh et al., 2021).

Keberadaan marketplace berbasis sosial media yang saat ini cukup terkenal adalah penggunaan facebook marketplace. Pada wilayah indonesia sendiri jangkauan penggunaan sosial media facebook hingga tahun 2020 sudah mencapai 130 jt jiwa dengan jumlah laki-laki 44,5% dan perempuan 55,6%. Dengan adanya kejadian tersebut, membuat facebook untuk tidak ragu meluncurkan fitur barunya yaitu facebook marketplace (Simatupang et al., 2021). Perkembangan tersebut membawa perubahan perilaku bisnis dikalangan ibu-ibu yang giat berusaha (Novialumi et al., 2020).

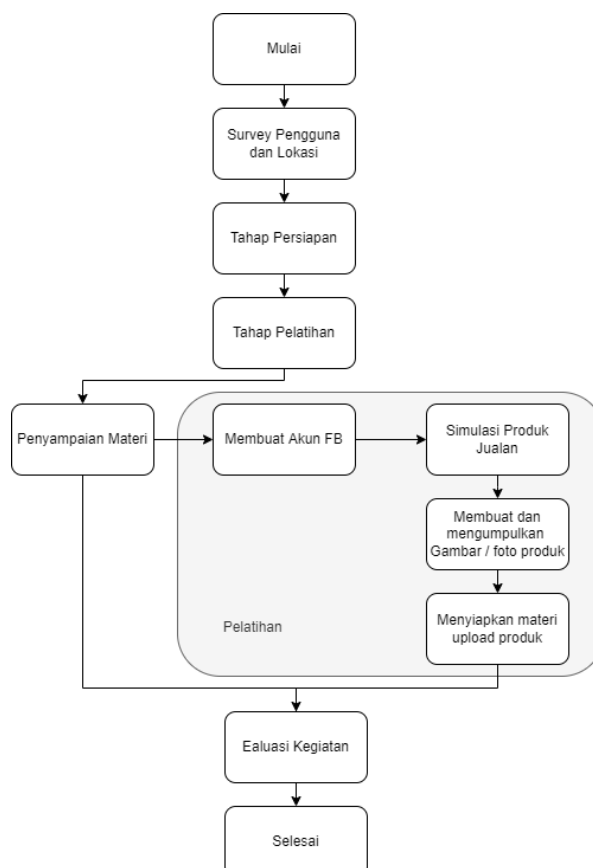
Sehubungan dengan kondisi tersebut maka pemanfaatan facebook marketplace akan dijadikan sebagai objek pada pelatihan E-commerce di Ds Sumbersari. Harapannya dapat membantu aktivitas jual-beli ibu-ibu PKK Ds Sumber sari lebih mudah dan mendapatkan jangkauan konsumen yang lebih luas serta kegiatan transaksional dapat dilaksanakan dengan lebih mudah dan cepat. Beberapa tahapan dalam melaksanakan pelatihan ini diawali dengan mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh ibu-ibu PKK, menganalisis masalah, menyusun materi dan agenda jadwal pelatihan, pelaksanaan pelatihan, dan terakhir melakukan review pelatihan. Hasil dari kegiatan pelatihan ini, peserta yaitu para ibu-ibu PKK Ds Sumbersari, mendapatkan ilmu dasar mengenai penggunaan marketplace. Dengan di implementasikan marketplace pada ibu-ibu PKK Ds Sumbersari, diharapkan jumlah transaksi jual-beli dapat meningkat lebih baik, dan akhirnya meningkatkan kesejahteraan usaha ibu-ibu PKK

2. METODE

Kegiatan pelatihan bagi para pelaku UMKM di Ds Sumbersari, Kec Saradan Kabupaten Madiun mengangkat tema tentang pelatihan E-Commerce. Metode yang digunakan selama pelatihan berlangsung adalah ceramah dan diskusi (Gambar 1). Berikut detail pelaksanaan kegiatan :

1. Survei Pengguna dan Lokasi Kegiatan

Pengguna yang mengikuti program pelatihan facebook berjumlah 9 orang anggota ibu-ibu PKK Ds Sumbersari. Dalam kesehariannya, ibu-ibu PKK ini rata-rata berwirausaha sebagai penjual makanan dan olahan rumahan. Ditinjau dari segi usia, pendidikan formal dan pekerjaan. Rata-rata ibu-ibu PKK yang mengikuti kegiatan ini masih berusia produktif sekitar 20-45 tahun. Sebagian besar berpendidikan SMP, SMA dan sebagian sudah sarjana. Serta hampir 90% berprofesi sebagai ibu rumah tangga biasa dan tidak memiliki pekerjaan tetap yang menyita waktu banyak.



Gambar 1. Desain Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan berlokasi di Jl Kenep RT 13 RW 2 Ds Summersari Kec Saradan Kabupaten Madiun. Dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 24 Februari 2022 dimulai dari jam 10.00 hingga jam 14.00.

Tabel 1. Susunan Tim Pengabdian Masyarakat

No	Peran Dalam Tim	Tanggung Jawab dalam Tim	Dosen/Mahasiswa
1	Pratiwi Susanti, S.Kom., M.MT	Ketua Pengabdian	Dosen
2	Fatim Nugrahanti, S.T., M.T	Penanggung Jawab	Dosen
3	Moch Yusuf Asyhari, S.Tr.Kom., M.Kom	Anggota	Dosen
4	Moh. Roifudin Zuhri	Anggota	Dosen

2. Tahap Persiapan

Diawali dari permintaan yang masuk dari kepala desa Summersari, selanjutnya tim melakukan survey lokasi pelaksanaan pengabdian masyarakat, mengatur jadwal kegiatan pelaksanaan dan mengatur materi yang akan disampaikan saat akan dilakukan pelatihan

3. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilakukan secara luring. Berupa penyampaian materi tentang facebook marketplace, praktik penggunaan facebook marketplace dan diakhir kegiatan dilakukan konsultasi dengan peserta mengenai penggunaan facebook marketplace

4. Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan berakhir melakukan review dengan seluruh peserta mengenai kekurangan dan keberlanjutan kegiatan. Proses review dilakukan secara lisan, dengan meminta pendapat kepada beberapa peserta kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tahap Persiapan

Kegiatan tim dalam rangka memberikan edukasi kepada ibu-ibu PKK Ds Summersari Kec Saradan Kab Madiun berjalan lancar. Kegiatan diawali dengan mengisi daftar hadir peserta kegiatan. Selanjutnya ketua tim pengabdian masyarakat memberikan sambutan seputar kegiatan edukasi pembelajaran facebook marketplace. Materi yang disampaikan diantaranya: Sejarah tentang facebook marketplace, kebermanfaatan facebook marketplace untuk kegiatan jual-beli produk, aturan jual-beli produk pada facebook marketplace dan tahapan praktek menggunakan facebook marketplace.



Gambar 1. Peserta Pelatihan Pemanfaatan *Facebook Marketplace* Sebagai Media Promosi Produk Rumah Ds Summersari Kec Saradan Kabupaten Madiun

3.2 Tahap Pelatihan Sesi 1

Pemaparan materi yang disampaikan oleh pemateri dilakukan selama 2 sesi. Sesi pertama tentang materi tentang Facebook Marketplace, sesi kedua praktek simulasi penggunaan Facebook Marketplace. Beberapa point materi yang disampaikan pada sesi pertama antar lain:

1. Mempersiapkan Kata Kunci.
Pada tahap ini peserta dibekali ilmu seputar riset mencari kata kunci dengan menggunakan pendekatan google trends dan google search engine
2. Mempersiapkan Gambar Produk
Peserta diberikan pedoman yang baik dalam menyiapkan gambar yang akan diunggah di facebook marketplace. Seperti cara mengambil referensi gambar pada internet yang memiliki kualitas baik, penggunaan foto produk yang asli dan bersifat persuasif bagi pengunjung marketplace
3. Menyusun Judul Kata Kunci
Memberikan pemahaman kepada peserta seputar penulisan judul produk yang akan di unggah
4. Menyusun Deskripsi Produk
Peserta diberikan penjelasan tentang menulis deskripsi produk dengan menggunakan metode 5W+1H.
5. Mempersiapkan Hastag
Memberikan pemahaman kepada peserta tentang penambahan hastag pada deskripsi produk. Penggunaan hastag digunakan untuk menarik orang melihat produk yang anda jualkan lebih banyak di lihat.



Gambar 2. Materi Pelatihan yang diberikan Pemateri



Gambar 3. Pemateri memberikan simulasi *facebook marketplace* kepada peserta kegiatan

3.3 Tahap Pelatihan Sesi 2

Seperti yang terlihat pada gambar 2, kegiatan yang dilakukan pada sesi 2 ini adalah memberikan simulasi terlebih dahulu kepada peserta mulai dari langkah membuat akun facebook marketplace, membuka toko pada facebook marketplace hingga melakukan unggah penjualan produk ke facebook marketplace.

Selesai memberikan simulasi kepada peserta kegiatan, agenda selanjutnya adalah menunjuk salah satu peserta untuk mempraktekkan langkah demi langkah penggunaan facebook marketplace. Seperti yang terlihat pada gambar 3 salah satu peserta melakukan percobaan kecil tentang penggunaan facebook marketplace yang sebelumnya telah dijelaskan oleh pemateri pada sesi simulasi.



Gambar 4. Salah satu peserta mempraktekkan tata cara penggunaan *facebook marketplace*

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan kegiatan evaluasi bersama peserta kegiatan seperti yang terlihat pada gambar 4 dengan tujuan untuk mendapatkan feedback positif dan negatif tentang serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Beberapa hal yang dikerjakan pada kegiatan ini adalah :

- Mengamati jumlah respon yang masuk pada setiap peserta kegiatan yang telah unggah produk pada facebook marketplace
- Menganalisa semua respon dan tanggapan yang masuk baik yang bersifat positif maupun negatif.



Gambar 5. Kegiatan Evaluasi bersama peserta

Hasil dari evaluasi kegiatan ini adalah mendapatkan masukan kepada peserta mengenai kekurangan materi yang disampaikan oleh pemateri dan kurangnya pemateri dalam memberikan materi. Sehingga kedepannya dapat mengembangkan materi untuk kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya dan dapat memberikan pelatihan secara berkala kepada ibu-ibu PKK mengenai tips dan trik berjualan di marketplace.

4. KESIMPULAN

Kegiatan “Edukasi pemanfaatan facebook marketplace sebagai media promosi produk rumahan ds sumbersari kec saradan kabupaten madiun” dapat disimpulkan bahwa, keseluruhan peserta telah menguasai penggunaan facebook marketplace sebagai media pemasaran mereka. Peserta mendapatkan pemahaman seputar cara berpromosi, membuat tampilan promosi produk yang indah, membuat caption atau iklan yang bersifat persuasif.

Supaya cakupan promosi online lebih luas diperlukan peningkatan promosi melalui media online yang lain seperti instagram, twitter, dan E-commerce lainnya yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). PENGARUH PEMASARAN MEDIA ONLINE DAN MARKETPLACE TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK UMKM CN COLLECTION DI SIDOARJO. *Media Mahardhika*. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i3.274>
- Faridah, F., & Wulandari, Z. W. (2020). Pendampingan Pemasaran Industri Lokal Melalui Penggunaan Marketplace untuk Meningkatkan Hasil Produksi di Masa Pandemi Covid-19 Desa Sidomukti Lamongan. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.316>
- Febriyantor, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Novialumi, A., Affandy, A., & Narimawati, U. (2020). PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL DALAM MERUBAH PERILAKU WOMEN ENTREPRENEURSHIP DI KOTA BEKASI. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1412>

- Putri E, H. (2017). Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda). *E-Journal Administrasi Negara*, 5(1), 5431–5445.
- Rachmadhaniyati, R., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dengan Loyalitas Merek dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1124-1137>
- Saleh, Y., Rahmalia, D., Tantriadisti, S., & Sari, I. R. M. (2021). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN PRODUK PARA PELAKU UMKM DI DESA PAGUYUBAN KECAMATAN WAY LIMA KABUPATEN PESAWARAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*. <https://doi.org/10.23960/jss.v5i3.318>
- Setiyanto, B., Widianoro, C. W., Wahyuningsih, P., & Achyani, Y. E. (2021). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Marketplace Dalam Menunjang Kegiatan Pemasaran Pelaku UMKM Pada Rumah BUMN Purbalingga. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.35335/abdimas.v5i1.1854>
- Sholeh, M., & Basuki, U. J. (2021). Pendampingan Penggunaan Facebook Marketplace sebagai media promosi dan transaksi penjualan bagi pelaku UKM. *MATAPPA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 36–42.
- Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 22(1), 28. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.695>
- Tchelidze, L. (2019). Customers' Current Preferences in E-commerce and Possible Dominance of Social Media Marketplace in the Industry. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND BUSINESS ADMINISTRATION*. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.54.1003>
- Tri Anindia Putra, I. N., Sepdyana Kartini, K., & Kusuma Dewi, L. G. (2020). Pelatihan Pembuatan Tumpeng Upakara sebagai Upaya Peningkatan Omset UKM Adi Upakara. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 2(3), 93–98. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v2i3.203>
- Wahyuni, N., S., A. I. S. M., & Akbar, G. (2018). Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-commerce untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 1(6), 31–39.
- Watson, C. (2020). *Your Brand's Guide to Facebook Marketplace: A New Channel For Growth*. Bigcommerce.