

## PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK HOME INDUSTRI MELALUI FACEBOOK MARKETPLACE BAGI PELAKU UMKM DI ERA PANDEMI

Winia Waziana<sup>1</sup>, Ricco Herdiyan Saputra<sup>2</sup>, Jimi Ali Baba<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung

<sup>1,2,3</sup>Jl. Wisma Rini No.09 Pringsewu, Lampung, Indonesia

E-Mail : [winiawaziana@gmail.com](mailto:winiawaziana@gmail.com), [riccoherdiyansaputra@gmail.com](mailto:riccoherdiyansaputra@gmail.com)

### Abstrak

*Marketplace* menjadi tempat bertemunya antara penjual dan pembeli secara online. *Marketplace* ini tidak hanya untuk proses transaksi jual beli barang, namun juga banyak digunakan untuk para penyedia jasa atau layanan. Media sosial saat ini menjadi alat yang sangat populer dan diminati oleh pelaku UMKM salah satunya adalah *facebook* yang di dalamnya terdapat fitur *marketplace* yang dapat menjangkau promosi dan penjualan yang tidak mengenal ruang dan waktu. Tim PKM melakukan metode pendampingan untuk para pelaku UMKM di Pekon Podosari untuk meningkatkan omset penjualan di Era pandemi. Hasil dari dampingan ini adalah para pelaku UMKM memahami bagaimana memanfaatkan media sosial *facebook marketplace* sebagai media pemasaran. Memanfaatkan akun media sosial mereka dan bergabung kedalam *marketplace* yang telah dibuatkan oleh tim PKM. Para pelaku UMKM mendapatkan pemahaman tentang peningkatan omset penjualan dengan mengganti cara promosi, memperindah tampilan promosi dan pembuatan iklan yang menarik.

**Kata Kunci :** *Home Industry, Marketplace, UMKM*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kegiatan PKM

*Marketplace* adalah salah satu layanan yang merupakan jenis *Consumer to Consumer (C2C)* dari *e-commerce*. *Marketplace* menjadi wadah atau tempat bertemunya antara penjual dan pembeli secara online. *Marketplace* ini tidak hanya untuk proses transaksi jual beli barang, namun juga banyak digunakan untuk para penyedia jasa atau layanan. Pada dasarnya, *marketplace* tidak mempunyai peraturan transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual (penyedia jasa) dan pembeli (pemakai jasa), namun akhir-akhir ini *marketplace* telah berkembang dan mempunyai fitur layanan transaksi jual beli sehingga lebih meningkatkan kepercayaan penjual dan pembeli karena keamanan transaksi yang lebih jelas.

Pertumbuhan digital global tidak menunjukkan tanda-tanda melambat, dengan sejuta orang baru di seluruh dunia *online* setiap hari. Pertumbuhan ini jelas memicu penggunaan media sosial, 45% dari populasi dunia sekarang adalah pengguna media sosial. Platform media sosial yang menyediakan tempat berjualan selain untuk berbagi cerita dan status adalah *Facebook*, yaitu dengan *Facebook Marketplace* yang dapat digunakan untuk menjual dan mempromosikan produk

yang dapat menjangkau seluruh pengguna *facebook*. Walaupun penjualan di *Facebook* itu juga ada pesaingnya, dibandingkan dengan jualan di *platform e-commerce*, persaingan di *Facebook* tidak terlalu ketat. Cukup banyak orang yang cenderung berjualan di media sosial *Facebook*.

Program Pekon Podosari mengacu pada strategi-strategi yang disusun berdasarkan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Pekon Podosari sebagai sentra pengembangan hortikultura yaitu berfokus pada komoditi-komoditi sayuran yang memiliki keunggulan komparatif dan diandalkan untuk dapat bersaing dengan daerah lainnya untuk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

## 1.2 Permasalahan Masyarakat Sasaran

Hasil observasi yang dilakukan oleh Tim PkM STMIK Pringsewu dengan objek observasi Pekon Podosari di temukan masih banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan mendapatkan tempat untuk promosi produk secara luas dan masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui tentang manfaat media sosial *facebook* melalui fitur *Marketplace* sebagai sarana promosi. Para pelaku UMKM di Pekon Podosari masih sangat kesulitan dalam memamerkan produk UMKM yang mereka miliki yang berimbas kepada sulitnya mereka untuk berkembang sehingga mendorong kami Tim PkM STMIK Pringsewu melakukan Pendampingan yang bertemakan "Pendampingan Pemasaran Melalui Facebook Produk Home Industry Di Era Pandemi" guna menciptakan suatu wadah bagi pelaku UMKM yang terdapat di Pekon Podosari sebagai media memamerkan produk yang mereka miliki. Serta bagaimana memberikan pemahaman tentang peningkatan omset penjualan melalui promosi online.

## 1.3 Tujuan Kegiatan PKM

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Diharapkan dapat menambah wawasan tentang pemanfaatan fitur *Marketplace* sebagai wadah promosi atau pemasaran bagi pelaku UMKM di Pekon Podosari.
- b. Diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan pada UMKM di Pekon Podosari.

## 1.4 Manfaat Dan Dampak PkM

Adapun manfaat dari kegiatan yang diadakan sebagai berikut:

- a. Memberikan pemahaman tentang Penggunaan *Marketplaces* sebagai sarana promosi.
- b. Memberikan wawasan kepada pelaku UMKM terhadap besarnya manfaat *Marketplace* guna meningkatkan omset penjualan.

## II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

### 2.1 Solusi Yang Diajukan

Berdasarkan kegiatan PkM ini maka ada solusi yang kami ajukan adalah :

- a. Diadakannya pendampingan pembuatan *marketplace* pada media sosial *Facebook*
- b. Pendampingan strategi promosi *marketplace* pada media sosial *Facebook*

## 2.2 Target Sasaran

Kegiatan Pendampingan Pemasaran Produk *Home Industry* Melalui *Facebook Marketplace* di Era Pandemi ini dilakukan di Aula Balai Pekon Podosari dan dihadiri kurang lebih 20 peserta terdiri dari para pelaku UMKM Pekon Podosari

## 2.3 Luaran Yang Diharapkan

Pemanfaatan fitur *marketplace* sebagai wadah promosi atau pemasaran dan meningkatkan omset penjualan bagi pelaku UMKM di Pekon Podosari.

### III. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

#### 3.1 Pendampingan

Metode yang digunakan yaitu pendampingan oleh tim PKM untuk para pelaku UMKM di Pekon Podosari. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada 15 September 2020 bertempat di Aula Pekon Podosari. Pendampingan tersebut dilakukan setelah tim PKM membuat *maerkertplace* dalam akun media sosial *facebook* bagi para pelaku UMKM di Pekon Podosari. Selanjutnya tim PKM akan membantu para pelaku UMKM bergabung ke *markerplace* yang sudah dibuat .

#### 3.2 Diskusi

Diskusi dilakukan melalui percakapan dengan maksud memberikan pemahaman tentang tujuan dari diadakannya kegiatan ini, diskusi ini juga melibatkan pihak Pekon, dan pihak Tim PKM. Sehingga diharapkan dapat membantu proses berjalannya kegiatan ini.

#### 3.3 Tabel Metodologi Pelaksanaan Kegiatan

Berikut ini akan dijelaskan rincian pelaksanaan kegiatan :

Tabel 1. Narasumber dan Materi kegiatan

NO	Materi	Narasumber	Metode	Evaluasi	Alokasi waktu
1	Pengenalan Media Sosial	Winia Waziana, M.Pd	Presentasi	Tanya jawab	1x120 menit
2	Pembuatan Market Place di Media sosial Facebook	Jimi Ali Baba, M.TI	Presentasi	Tanya jawab	1x120 menit
3.	Pendampingan Pemasaran	Ricco Herdiyan Saputra, M.T.I	Presentasi	Tanya jawab	1x120 menit

### IV. KEGIATAN DAN LUARAN YANG DICAPAI

#### 4.1 Tahap Perencanaan

Adapun tahapan perencanaan yang dilakukan sebagai berikut :

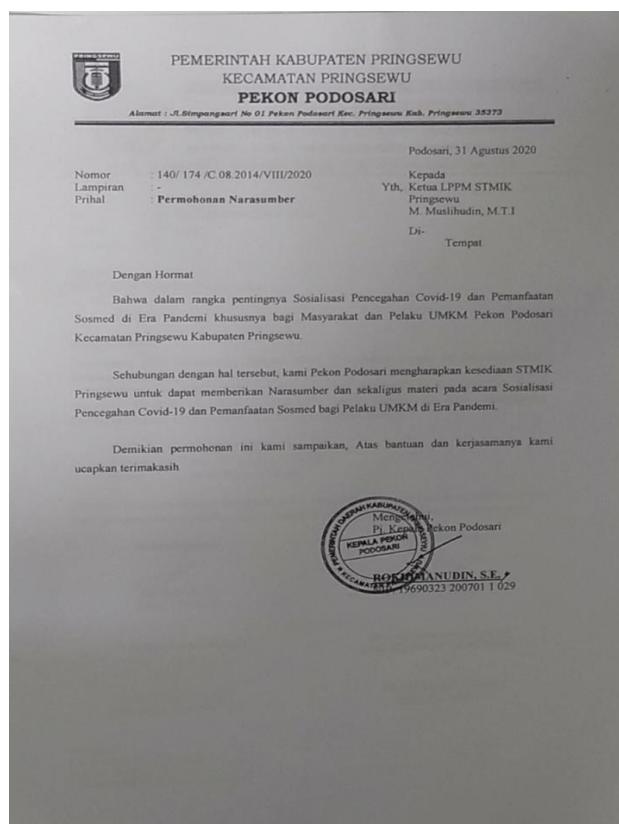
- Menentukan tema kegiatan
- Melakukan konsultasi mengenai tema kegiatan kepada pihak kampus

- c. Kordinasi dengan pihak pekon podosari terkait kegiatan pendampingan
- d. Kordinasi kepada pihak kampus untuk meminta permohonan surat izin pendampingan kepada pihak pekon podosari
- e. Membuat surat undangan resmi untuk peserta pendampingan
- f. Menentukan anggaran kegiatan yang dibutuhkan
- g. Laporan

#### 4.2 Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pendampingan Pemasaran Produk Home Industry Melalui Facebook Marketplace Di Era Pandemi” ini dilakukan pada tanggal 15 September 2020 di aula pekon podosari. Para peserta sudah berkumpul pada pukul 09.00 WIB dan mulai melakukan registrasi. Acara dimulai pada pukul 09.30 WIB dengan dibuka oleh ketua Tim PkM Ibu Rani Pratiwi M.Pd. Adapun tahapan pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Registrasi peserta
2. Sambutan dari ketua Tim PkM Ibu Rani Pratiwi, M.Pd
3. Sambutan dari Ketua Pelaksana
4. Sambutan dari PJ Kepala Pekon Podosari Bapak Rokhimanudin, SE.
5. Penyampaian materi oleh narasumber
6. Tanya jawab oleh peserta kepada narasumber
7. Penutup



Gambar 1. Surat Permohonan Narasumber yang ditujukan Kepada STMIK Pringsewu



Gambar 2 Registrasi peserta kegiatan Pendampingan Pemasaran Produk Home Industry melalui *Facebook Marketplace* di Era Pandemi



Gambar 3. Tampilan Facebook Marketplace

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan PkM dengan tema "Pendampingan Pemasaran Produk Home Industry Melalui Facebook Marketplace di Era Pandemi" dapat disimpulkan, Pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial facebook marketplace sebagai media pemasaran dengan memanfaatkan akun media sosial mereka dan bergabung kedalam marketplace yang telah dibuatkan oleh tim PKM. Pelaku UMKM mendapatkan pemahaman tentang peningkatan omset

penjualan dengan mengganti cara promosi, memperindah tampilan promosi dan membuat caption atau iklan yang menarik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Boby (2019) "Jualan di Facebook Bisa Makin Laris dengan Terapkan Hal-Hal Berikut Ini," *moneySMART.id*, 2019. [Online]. Available: <https://www.moneySMART.id/jualan-di-facebook/>. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2020 Pukul 11.00 WIB
- STMIK Pringsewu (2020). "PETUNJUK TEKNIS - KULIAH KERJA NYATA (KKN) EDISI KHUSUS SELAMA MASA COVID-19". STMIK Pringsewu: Tidak Diterbitkan.
- STMIK Pringsewu. (2019). "Buku Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)". STMIK Pringsewu : Tidak Diterbitkan.
- Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R. I., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.64>