

IMPLEMENTASI FACEBOOK MARKETPLACE UNTUK PRODUK UMKM RENGGINANG IBU SUPARTIN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN SECARA ONLINE

Anggia Sekar Putri¹, Muqtafin², Marsudi³, Astuti Katmila Sari⁴, Elsha Kurniawati Simanjuntak⁵,
Haliva Indah Sahputri⁶, Marisah⁷, Muhammad Iqbal⁸, Nurri Rizkiyanto⁹

^{1,3,5,6,7}Prodi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang

^{2,4,8,9}Prodi Akuntansi, STIE Pembangunan Tanjungpinang

email: anggiasekarputri@stie-pembangunan.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan marketplace dalam upaya meningkatkan penjualan secara online. Jenis penelitian deskriptif kualitatif. Internet adalah salah satu kebutuhan pokok yang tidak dapat dipisahkan oleh sebagian besar orang, dengan semakin berkembangnya internet maka munculah teknologi di bidang ekonomi bernama E-commerce. Salah satu media untuk mempertemukan penjual dan pembeli dalam E-commerce adalah marketplace. Marketplace yang paling populer di Indonesia adalah Facebook Marketplace. Pengabdian ini ditujukan untuk pengenalan terhadap penggunaan aplikasi Facebook Marketplace sehingga dapat dimanfaatkan oleh UMKM "Rengginang Ibu Supartin" yang berada di Desa Toapaya Selatan, Kabupaten Bintan. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini melalui dua tahapan yaitu (a). Tahap survey dan wawancara dan (b). Perencanaan program. Hasil kegiatan ini sangat bermanfaat bagi UMKM "Rengginang Ibu Supartin" dalam upaya peningkatan penjualan produk secara efektif.

Kata kunci: Marketplace, UMKM, Rengginang

Abstract

The purpose of this research is to find out the application of the marketplace in an effort to increase online sales. This type of qualitative descriptive research. The internet is one of the basic needs that cannot be separated by most people, with the development of the internet, technology emerged in the economic field called E-commerce. One of the media to bring sellers and buyers together in E-commerce is the marketplace. The most popular marketplace in Indonesia is Facebook Marketplace. This service is intended to introduce the use of the Facebook Marketplace application so that it can be utilized by the UMKM "Rengginang Ibu Supartin" in Toapaya Selatan Village, Bintan Regency. The implementation method used in this service goes through two stages, namely (a). Survey and interview stages and (b). Program planning. The results of this activity are very useful for UMKM "Rengginang Ibu Supartin" in an effort to increase product sales effectively.

Keywords: Marketplace, UMKM, Rengginang

PENDAHULUAN

Desa Toapaya Selatan terbentuk dari pemekaran Desa Toapaya pada Tahun 2006, Pemerintahan Desa pertama di pimpin oleh Pjs Kepala Desa Bpk. Ronny Kartika dan pada akhir tahun 2006 telah dilaksanakan pemilihan kepala desa yang pertama secara demokratis dengan KaDes terpilih Bpk. Suhenda yang memiliki masa jabatan selama 6 tahun. Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai salah satu bentuk usaha memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian suatu negara. Sebagai salah satu alternatif dalam membuka peluang lapangan kerja, UKM menjadi pendorong lajunya pertumbuhan ekonomi. Peran dari UKM dalam perekonomian dalam suatu negara sangat relevan terutama dalam mengurangi angka pengangguran (Sholeh & Basuki, 2021).

Marketplace untuk kemudian diunggah ke marketplace yang lain atau e-commerce maupun berbagai macam startup marketplace seperti shopee, tokopedia serta media sosial (Susanto et al., 2020). Permasalahan yang dihadapi selain modal atau keuangan yaitu dalam segi produk dan promosi. Sering kali pelaku UKM tidak memperhatikan kemasan desain packaging dari produknya sendiri, padahal desain packaging dari produknya sendiri, padahal packaging produk mempengaruhi harga produk itu sendiri (Hardilawati et al., 2021). Produk yang mahal pasti memiliki desain packaging yang berkualitas pula sehingga pada dasarnya desain packaging menjadi komponen penting diperhatikan apabila ingin menjual produk (Zarkasyi, 2020). Dengan desain yang memiliki citra produk tentunya dapat menarik perhatian konsumen terhadap produk tersebut khususnya pada produk yang kurang

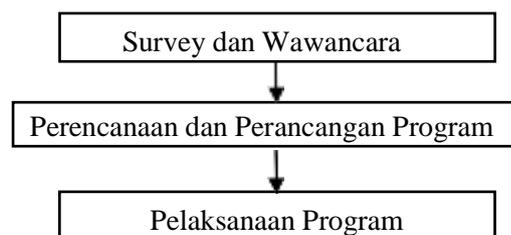
terkenal dan produk yang memberikan manfaat pengalaman (Zarkasyi, 2020). Berdasarkan data dari WeAreSocial data pengguna internet di seluruh dunia adalah 4,388 milyar, yang terdaftar sebagai pengguna mobile adalah 5,112 milyar dari total penduduk dunia 7,676 milyar, yang aktif di media social berkisar 3,484 milyar. Indonesia salah satu negara yang mengalami perkembangan dengan penetrasi 56% aktif di media sosial, jumlah pengguna internet 150 juta dan aktif di media sosial 150 juta pengguna, merupakan pasar yang sangat potensial untuk UMKM yang akan memulai dan terus menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan penjualan online.

Terlepas dari kontroversi seputar privasi, peretasan, berita palsu, dan semua aspek negatif lain dari kehidupan online, dunia terus merangkul internet dan media sosial. Pertumbuhan digital global tidak menunjukkan tanda-tanda melambat, dengan sejuta orang baru di seluruh dunia datang online setiap hari. Pertumbuhan ini jelas memicu penggunaan media sosial, 45% dari populasi dunia sekarang adalah pengguna media sosial: 3,5 miliar orang. 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 jualan di Facebook itu juga ada pesaingnya, dibandingkan dengan jualan di platform e-commerce, persaingan di Facebook tidak terlalu sulit. Makanya, cukup banyak orang yang cenderung berjualan di media sosial ini.

Dari berbagai kondisi UMKM saat ini dan jumlah yang terus meningkat diusulkan salah satu metode untuk pemasaran dan penjualan online melalui platform Facebook Marketplace yang penggunaannya cukup mudah, dapat dilakukan kapanpun dan di manapun serta dapat menjangkau ke seluruh pengguna Facebook sehingga promosi produk UMKM dan pelayanan penjualan online dapat dilakukan dengan mudah dan cepat yang nantinya secara tidak langsung akan meningkatkan penghasilan dari pelaku UMKM (Sholeh & Basuki, 2021).

METODE

Metode pelaksanaan dari Program Implementasi Facebook Marketplace Untuk Produk UMKM Rengginang Ibu Supartin Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Secara Online dilakukan dengan metode Pendampingan dilakukan pada UMKM terkait. Tahapan metode dari pelaksanaan program kegiatan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Metode UMKM

Survey dan Wawancara

Tahapan survey sekaligus wawancara yang dilakukan dengan mengunjungi UMKM “Rengginang Ibu Supartin”, dalam kegiatan ini ditemukan bahwa UMKM “Rengginang Ibu Supartin” masih menggunakan strategi pemasaran secara tradisional melalui mulut ke mulut dan untuk distribusinya dilakukan dengan cara menitipkan barang dagangannya melalui kios-kios dan tengkulak. Strategi ini tentunya masih kurang efektif dikarenakan seiring bertambahnya usia tenaga yang dapat dikeluarkan untuk membantu proses distribusi akan semakin berkurang, sementara dengan media promosi hanya dari muut ke mulut tidak dapat memperluas jangkauan pasar secara maksimal. Berdasar hasil wawancara ditemukan bahwa kendala lain yang dialami oleh ibu Supartin selaku pemilik usaha ialah kurangnya pemahaman dalam penggunaan internet sebagai media promosi dan tidak adanya waktu untuk mempelajari hal tersebut.

Perencanaan dan Perancangan

Perencanaan Program ini dilakukan dengan mencari informasi terkait marketplace populer yang ada di Indonesia yaitu shopee baik melalui laman resmi shopee maupun melalui beberapa video yang berada di internet terkait dengan kebijakan-kebijakan penjual yang ditetapkan oleh pihak Facebook Marketplace, bagaimana cara pengoperasiannya dan bagaimana trend pasar yang tengah ramai di

aplikasi tersebut. Setelah mempelajari informasi yang didapatkan maka disusunlah rancangan program pendampingan program sebagai berikut :

1. Pengenalan mengenai aplikasi Facebook Marketplace
2. Tata cara unggah Produk di Facebook Marketplace

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan dari rancangan program yang telah disusun merupakan implementasi dari Program Pendampingan penggunaan Facebook Marketplace Untuk Produk UMKM Rengginang Ibu Supartin akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Pengenalan mengenai aplikasi Facebook Marketplace

Pengenalan mengenai aplikasi Facebook Marketplace yang dilakukan secara face-to-face dengan dimana ibu Supartin selaku pemilik UMKM diajak berdiskusi secara langsung mengenai apa itu marketplace khususnya Facebook Marketplace beserta dengan fungsi, kebijakan-kebijakan sebagai calon penjual yang harus dipelajari, dan petunjuk pengoperasiannya.



Gambar 2. Pendampingan dengan pemilik UMKM Ibu Supartin

2. Tata cara unggah Produk di *Facebook Marketplace*



Gambar 3. Langkah-langkah unggah produk di *Facebook Marketplace*

SIMPULAN

Teknologi internet yang terus berkembang melahirkan inovasi-inovasi dalam dunia ekonomi diantaranya adalah E-Commerce dan Marketplace. salah satu marketplace yang menjadi favorit masyarakat Indonesia adalah Facebook Marketplace. Dengan berkembangnya teknologi sekaligus tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Facebook Marketplace UMKM harus dapat memanfaatkan teknologi ini dalam memasarkan produk-produknya termasuk UMKM Rengginang Ibu Supartin yang berada di Desa Toapaya Selatan, Kabupaten Bintan. Pendampingan Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM Rengginang Ibu Supartin diharapkan setelah penyuluhan ini selesai pihak dari UMKM Rengginang Ibu Supartin dapat terus mengembangkan penggunaan aplikasi Facebook Marketplace secara berkala.

SARAN

Hal yang perlu diperhatikan bahwa penggunaan Facebook Marketplace juga memiliki beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti persaingan yang ketat dan kesulitan dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, UMKM harus mempertimbangkan dengan hati-hati sebelum memutuskan untuk menggunakan Facebook Marketplace sebagai platform penjualan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardilawati, W. laura, Arista Tri Astuti, Alex Candra, Kintan Syafwa Prastika, & Muhammad Abrar Al- azhar. (2021). Peningkatan Omset Usaha Keripik Nanas Khas Pekanbaru Melalui Pembaharuan Desain Packaging Dan Pengembangan Pemasaran Produk. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 63–68. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i1.2335>
- 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.
- 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.
- Zarkasyi, A. (2020). Desain Packaging Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Industri Makanan Dan Minuman. 7–9.